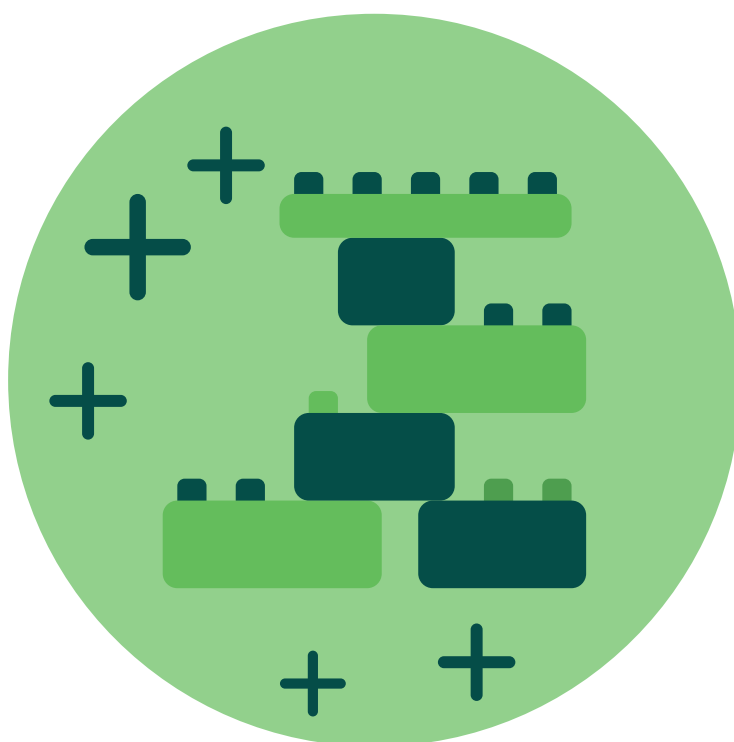


Ludotecas



Guías de Actividades Empresariales



**GENERALITAT
VALENCIANA**

IVACE
INSTITUT VALENCIÀ DE
COMPETITIVITAT EMPRESARIAL

 **UNIÓ EUROPEA**
Fons Europeu de
Desenvolupament Regional
Una manera de fer Europa

 **CEEI**
COMUNIDAD
VALENCIANA

Proyecto cofinanciado por los Fondos FEDER, dentro del Programa Operativo FEDER de la Comunitat Valenciana 2014-2020

Índice

1. INTRODUCCIÓN.....	4
1.1. Objetivos del estudio.....	4
1.2. Metodología.....	4
1.3. Características de la guía de actividad empresarial.	4
2. DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD Y PERFIL DE LA EMPRESA-TIPO.....	5
3. PRINCIPALES CONCLUSIONES.....	9
4. CONTEXTO SECTORIAL.	11
4.1. El sector-actividad en España.....	12
5. MERCADO.	16
5.1. Análisis de la demanda.....	16
5.1.1. Tamaño del mercado.....	16
5.1.2. Definición de un método de cálculo del tamaño del mercado.	17
5.1.3. Tipos y características de los clientes.	18
5.2. Análisis competitivo.	21
5.2.1. Análisis de las empresas competidoras.	23
5.2.2. Análisis de los competidores potenciales.....	29
5.2.3. Productos sustitutivos.	30
5.2.4. Proveedores y su poder de negociación.	31
5.2.5. Poder de negociación de los clientes.	34
5.3. Situación actual y previsiones para el futuro.....	35
6. ÁREAS DE LA EMPRESA.....	39
6.1. Marketing.....	39
6.1.1. Producto.....	39
6.1.2. Precio.	40
6.1.3. Distribución / Fuerza de ventas.	40
6.1.4. Promoción.	41
6.2. Análisis económico-financiero.....	44
6.2.1. Inversiones.....	44
6.2.2. Gastos.	45
6.2.3. Previsión de ingresos.	47
6.2.4. Estructura de la cuenta de resultados.....	48
6.2.5. Financiación.....	49
6.3. Recursos humanos.	51
6.3.1. Perfil profesional.....	51
6.3.2. Estructura organizativa	53
6.3.3. Servicios exteriores	53
6.3.4. Convenios colectivos aplicables	54
6.4. Recomendaciones.....	55

7. VARIOS.....	57
7.1. Normas sectoriales de aplicación.	57
7.2. Organismos.	58
7.2.1. Organismos oficiales e instituciones.	58
7.2.2. Asociaciones profesionales.	60
7.2.3. Centros de estudios.	63
7.3. Bibliografía.....	79
7.4. Glosario.....	80
7.5. Fuentes.	81
8. ANEXOS.	82
8.1. Anexo de información estadística de interés.	82
8.2. Anexo de proveedores.....	86
8.3. Anexo de ferias.	89
8.4. Reflexiones para hacer el estudio de mercado.	90
8.5. Factores que influyen en el tamaño del mercado.....	92
8.6. Páginas útiles en Internet.	93
9. NOTA DE AUTORES.	95

1. INTRODUCCIÓN.

1.1. Objetivos del estudio.

Los datos que el emprendedor necesita para hacer un primer análisis de viabilidad de su proyecto empresarial, generalmente, son estimados de forma intuitiva o tienen naturaleza sectorial o macroeconómica. Resulta evidente que, en ambos casos, la información de que se dispone es de poca ayuda para la elaboración del Plan de Empresa, al no estar adaptada a la realidad del entorno en el que se va a desarrollar la actividad.

Por consiguiente, el objetivo de la presente Guía es el de proporcionar información relevante para facilitarte el análisis sobre la viabilidad de tu idea y la propia elaboración de tu Plan de Empresa.

1.2. Metodología.

Durante el proceso de elaboración de esta Guía se utilizaron dos tipos de fuentes de información.

Por un lado, se realizó un estudio de gabinete basado en fuentes de información secundarias (estadísticas, informes publicados, etc.), mediante el que se pretende definir las condiciones objetivas en que se encuentra esta actividad empresarial en la Comunidad Valenciana.

Por otro lado, se desarrolló un trabajo de campo consistente en la realización de una serie de entrevistas a gerentes/ empresarios de ludotecas, con el fin de profundizar en el conocimiento de la actividad y en las características específicas de las empresas que operan en ella.

1.3. Características de la guía de actividad empresarial.

La Guía de Ludotecas es una Guía de Actividad. En este caso la guía se refiere a un colectivo muy particular con unas necesidades específicas. El entorno de actuación de este mercado se circunscribe al ámbito local, por lo que las características del mercado y de la competencia atienden a unas características específicas.

Para obtener más información sobre la clasificación general de los tipos de guías, puedes consultar la Guía de Recursos editada por los CEEI de la Comunidad Valenciana dentro de esta colección "Guías de Actividad Empresarial" y disponible en la web www.guiasceei.com. Esta Guía de Recursos, es un instrumento de apoyo a las guías de actividad, ya que contiene información general aplicable a todos los sectores. Debes consultarla simultáneamente a la guía específica relacionada con tu actividad.

2. DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD Y PERFIL DE LA EMPRESA-TIPO.

Según la etimología, la palabra Ludoteca viene del latín «ludos» que significa juego, fiesta, que unida a la palabra «theca» significa caja o local para guardar algo. No obstante, la Ludoteca no es simplemente un local donde se archivan juegos y juguetes, sino que es un espacio con juegos clasificados y ordenados, con ofertas de diversas actividades de entretenimiento y educativas, atendido por personas (animadores, educadores, ludotecarios) que están preparados para estas funciones.

Una Ludoteca es un espacio público especialmente proyectado para desarrollar actividades de carácter lúdico, orientada a favorecer y estimular en el niño valores que le permitan crecer como un ser social, responsable, solidario, respetuoso, tolerante, capacitado para vivir en armonía y paz con su entorno, además de contribuir a su desarrollo intelectual, psico-afectivo y motriz.

La Enciclopedia Catalana define la Ludoteca como:

«Instituciones recreativo-culturales especialmente pensadas para desarrollar la personalidad del niño principalmente a través del juego y el juguete. Con este objetivo, posibilitan el juego infantil con la oferta tanto de los materiales necesarios (juguetes, espacios de juego abiertos y cerrados) como de las orientaciones, ayudas y compañía que necesiten para jugar. Los principales objetivos dentro de un marco de desarrollo comunitario, son prestar a los niños aquellos juguetes que escojan, practicar el juego en grupo, orientar a padres en relación al consumo de juguetes, ayudar a la integración del niño con necesidades específicas mediante el juego, la construcción de juguetes, la realización de actividades de animación infantil y la prueba de juguetes para estudiar su bondad, facilitando esta información a los fabricantes» (María de Borja).

Otra definición de Ludoteca es la realizada por la Asociación de Ludotecarias y Ludotecarios de Cataluña:

«La Ludoteca es un equipamiento dirigido por un equipo estable de profesionales, los Ludotecarios, con un proyecto específico a través del juego y el juguete. La Ludoteca dispone de un fondo lúdico significativo, tiene voluntad de servicio público y utiliza el juguete como una de las principales herramientas de intervención educativa, social y cultural».

Como diversos son los tipos de Ludotecas, diferentes son también las definiciones:

«Las Ludotecas son espacios de expresión lúdica, creativa, transformados por la imaginación, fantasía y creatividad de los niños, jóvenes, adultos y abuelos donde todos se divierten con espontaneidad, libertad y alegría» (Raimundo Dinello).

Podríamos resumir que la característica propia de la Ludoteca es la acción pedagógica que tiene el juego como metodología y el juguete como recurso esencial de la intervención, apoyada por agentes que posibilitan el desarrollo del proyecto educativo.

La Ludoteca es, concretando, un espacio especialmente pensado para niños y niñas entre 2 y 10 años (el rango puede variar) que tiene como primera tarea el desarrollo integral de la personalidad a través del juego y del juguete. Para ello posibilita y estimula el juego infantil, ofreciendo a los niños además de los materiales y espacios de juego, las indicaciones, apoyos y acompañamientos que demanden para su desarrollo.

Actualmente, encontramos diferentes modelos de organización y gestión de las ludotecas:

- Ludotecas de titularidad y gestión pública
- Ludotecas de titularidad pública y gestión privada
- Ludotecas de asociaciones o fundaciones en convenio con la administración pública
- Ludotecas de titularidad y gestión privada

A la par, encontramos modelos de ludotecas especializadas en determinados sectores de edad, adaptadas a niños y niñas con necesidades específicas, ludotecas hospitalarias, ludotecas gigantes, itinerantes...

Las ludotecas actualmente, se justifican debido a la pérdida de espacios de juego en la calle, la falta de compañeros de juego que esto comporta, la disminución del número de hijos en el núcleo familiar, la imposibilidad de disponer de determinados materiales de juego y por supuesto el reconocimiento del juego como elemento indispensable en el desarrollo infantil y juvenil.

Para definir cuales son las Funciones de la ludoteca, creamos totalmente acertada la realizada por Josep M^a Alluè (presidente de Atzar) durante su ponencia en el IV Congreso de Ludotecas celebrado en Valencia durante 1999:

- **Función Recreativa:** La ludoteca es un espacio de juego, y como tal ha de ofrecer diversión, ser atractivo y hacer disfrutar a sus usuarios.
- **Función Educativa:** El juego, es un mecanismo de aprendizaje innato, la misión de la ludoteca es aprovechar este impulso natural para orientarlo a un desarrollo integral y positivo de la persona.
- **Función socio-económica:** Actualmente, muy pocas personas pueden permitirse a nivel particular el uso de las posibilidades de juego que ofrece una ludoteca, y no tan solo a nivel material, sino también de espacios y compañeros de juego que la ludoteca posibilita.
- **Función Comunitaria:** Las ludotecas han de emerger como puntos de información sobre el fenómeno lúdico, fuente de recursos para otros colectivos, y han de formar parte del entorno comunitario en el que se encuentran ubicados para desarrollar su papel educativo.
- **Función de Investigación:** Las ludotecas son el terreno de pruebas más real que existe para todos los juegos que entran en ella. Por esto hace falta analizar estos materiales y surgir como puente entre consumidores y productores, velando por la calidad de sus herramientas de intervención.

Programación y Organización

Uno de los aspectos fundamentales en el diseño de una ludoteca es sin duda la organización del espacio y los recursos lúdicos. El espacio, tiene que estar delimitado para poder dotar de contenido las diferentes dinámicas, creando zonas temáticas diferenciadas según el tipo de juego que se propone en cada espacio. Igualmente, hay que tener en cuenta que las medidas de seguridad han de ser las máximas, ya que no se puede olvidar que los usuarios finales de la ludoteca serán los niños.

La organización de los recursos lúdicos no es menos importante. Tener clasificados los juegos, según la edad recomendada de uso, la temática y los beneficios psicopedagógicos que aportan, facilita su colocación estratégica en la ludoteca, a la vez que permite mantener un control funcional y pedagógico de la colección de juegos y juguetes existente.

Por otro lado, la programación básica de actividades de la ludoteca ha de cimentarse en el juego libre, ya que este combina la voluntariedad, el establecimiento de reacciones sociales, la espontaneidad y el desarrollo de la autonomía. El juego libre, tiene que ir acompañado de materiales de juego seleccionados bajo criterios de calidad funcional, material y pedagógica, una distribución de espacios coherentes, y una normativa interna que facilite la libertad y el respeto tanto por los compañeros de juego como por los materiales de la ludoteca. Paralelamente al juego libre, se pueden realizar diferentes propuestas de actividades como: Talleres de reparación de Juegos, actividades grupales organizadas, juegos dirigidos...

Las ludotecas pueden desarrollar además, sus actividades en combinación con otros servicios exteriores de animación infantil, como bibliotecas, servicios de actividades culturales, recreativas o deportivas.

Estos centros tienen una clara intención educativa, social y cultural, estando concebidas como un servicio. Se rigen por una programación anual, llevada a cabo a través de una metodología concreta. Los niños aprenden mediante juegos y juguetes, guiados por un equipo de ludotecarios, profesionales especializados, que realizan la función de educadores.

Relacionadas con esta actividad puedes encontrar las siguientes en esta misma colección editadas por los CEEI de la Comunidad Valenciana y disponibles en la web www.guiasceei.com

- Guarderías
- Granja escuela
- Servicios de atención educativa al niño

Desde el punto de vista estadístico, las actividades económicas se clasifican siguiendo la Clasificación de Actividades Económicas (CNAE-09). Dependiendo del tipo de actividad, tendrá un código u otro. Adicionalmente, existe otro sistema de clasificación llamado SIC (Standard Industrial Classification). En los siguientes cuadros se muestra la clasificación de la actividad considerada.

CNAE-09	SIC
93.29 Otras actividades recreativas y de entretenimiento	83.Servicios Sociales

El cuadro siguiente recoge cuatro aspectos clave, identificados por los emprendedores entrevistados para la realización de esta guía, y que pueden ayudarte a reflexionar sobre las condiciones que debe reunir tu idea de negocio.

LA IDEA	
1. Origen de la idea	<i>Los emprendedores crean este tipo de negocios como una forma de autoempleo relacionada con su titulación y experiencia.</i>
2. Concepto de negocio	<i>Servicios recreativos y educativos para niños con edades comprendidas entre 2 y 10 años.</i>
3. Claves competitivas	<i>Amplitud de horario, fidelización del cliente, modos de pago y situación en un entorno atractivo.</i>
4. Aspectos críticos	<i>Exigencia de cumplir con determinado espacio destinado al esparcimiento del niño. Desconocimiento de este servicio por parte de la población. Difícil distinción entre parques infantiles, jardines de recreo en que la entrada es por precio o centros de ocio con las funciones de una ludoteca.</i>

A continuación se presentan las características básicas de la ludoteca más habitual.

CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LA LUDOTECA TIPO	
CNAE/SIC	9329/83
IAE	9812
CONDICIÓN JURÍDICA	Sociedad Limitada
FACTURACIÓN	101.040
LOCALIZACIÓN	Cerca de centros escolares, centro urbano
PERSONAL Y ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	1 emprendedor y dos empleados
INSTALACIONES	220 m ²
CLIENTES	Padres con niños de edades comprendidas entre 2 y 10 años.
CARTERA DE PRODUCTOS	Actividades con juegos, cuentacuentos, manualidades, cerámica, animación a la lectura, teatro, dibujo y pintura, etc...
HERRAMIENTAS DE PROMOCIÓN	<i>Boca-oido, buzoneo, folletos, etc...</i>
VALOR DEL INMOVILIZADO/INVERSIÓN	41.300 euros
IMPORTE DE LOS GASTOS	83.221,45 euros
RESULTADO BRUTO	17,63%

3. PRINCIPALES CONCLUSIONES.

- El consumo de servicios relacionados con el ocio ha aumentado en los últimos años.
- Las ludotecas en la Comunidad Valenciana se regulan bajo la ley 14/2010, de 3 de diciembre, de espectáculos públicos, actividades recreativas y establecimientos públicos.
- El mercado potencial de las ludotecas está formado principalmente por la población infantil de entre 2 y 10 años.
- Debido a los motivos laborales, así como la creciente preocupación por el desarrollo de los niños, las ludotecas se presentan como una alternativa al ocio infantil.
- La ludoteca es un espacio de juego y diversión, a través del cual, los niños aprenden y se desarrollan de manera integral, fomentando un entorno comunitario.
- Estos centros lúdicos se ubican en un núcleo urbano, debido a la proximidad de centros culturales, sociales, instalaciones educativas o centros educativos.
- La intensidad de la competencia en este tipo de actividad se considera baja, debido sobre todo a la escasez de ludotecas, concentradas en zonas concretas. Sin embargo esta actividad se encuentra en un mercado en crecimiento, por lo que resulta previsible que se incremente el número de ludotecas en los próximos años.
- Las barreras de entrada son de media intensidad. La inversión inicial no es alta, (se encarece cuando es necesaria obra civil en el local) y puede comenzarse la actividad profesional con un mínimo de material necesario, sin embargo se trata de una actividad en la que se ha de ganar la confianza del cliente.
- Por lo que respecta a las barreras de salida, se considera que tienen una intensidad baja, debido a la posibilidad de traspaso del local.
- Es muy relevante la presión de productos sustitutos. Las ludotecas han de competir con otras empresas, como ludotecas sin ánimo de lucro, empresas de ocio y tiempo libre, centros de ocio, empresas de animación sociocultural, guarderías y otros servicios o actividades infantiles. Asimismo, existe la posibilidad de cuidado de los niños por parte de familiares.
- La principal amenaza para la actividad de las ludotecas es la reducida tasa de natalidad, aunque los últimos resultados muestran un alza de nacimientos, sobre todo de madres extranjeras. Como contrapartida, hay un aumento del nivel de renta y tiempo de ocio, que supone que cada vez se gaste más dinero en este tipo de servicios.
- La principal fortaleza que presentan las empresas en esta actividad es la atención personalizada, la profesionalidad y la calidad del servicio, mientras que una de las debilidades más importantes se refiere a la falta de financiación y asesoramiento.

- Los servicios que ofrecen estas empresas abarcan una amplia gama. Determinar los que vas a ofrecer constituye una decisión estratégica de gran importancia.
- Estas empresas fijan el precio del servicio por hora. Existen tarifas en función de los días, semanas y meses que acude un niño a la ludoteca.
- Los factores principales a la hora de dar a conocer tus servicios en estas empresas son el boca-oído y la publicidad a través de buzoneo, folletos, visitas comerciales, etc...
- Del total de las inversiones iniciales, las partidas más importante son el acondicionamiento del local y la compra de material para ejercer la actividad.
- Según los datos obtenidos en las entrevistas, los gastos variables representan el 8% del volumen de facturación.
- La facturación de la empresa tipo está por encima del punto muerto o umbral de rentabilidad, lo que le permite la obtención de beneficios.
- Las ludotecas, suelen estar regidas por profesionales de la enseñanza, al igual que el perfil profesional de los trabajadores de las ludotecas.
- El empresario contrata a animadores socioculturales, animadores infantiles y monitores de tiempo libre, para llevar a cabo las actividades lúdicas y educativas del centro.

4. CONTEXTO SECTORIAL.

La lectura de este capítulo te permitirá conocer:

>LOS FACTORES QUE HAN PROPICIADO LA APARICIÓN DE NUMEROSOS SERVICIOS RELACIONADOS CON EL OCIO INFANTIL.

>EL CONCEPTO DE LUDOTECA Y LAS FUNCIONES QUE ÉSTAS REALIZAN.

El análisis del contexto sectorial te permitirá obtener las siguientes conclusiones.

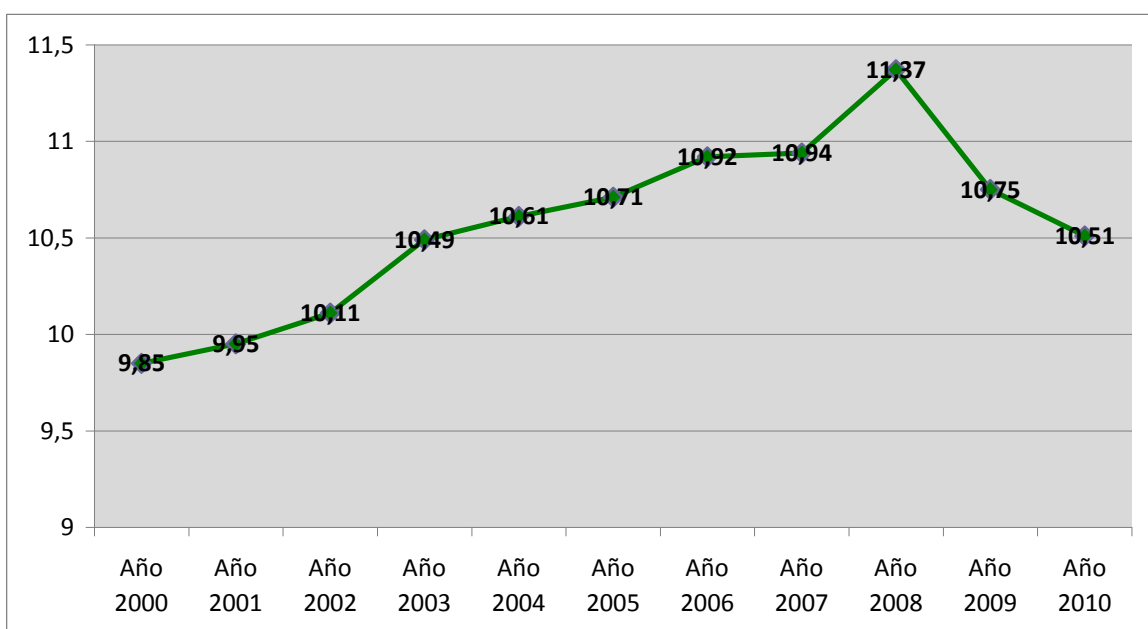
- **El consumo de servicios relacionados con el ocio ha aumentado en los últimos años.**
- **Las ludotecas en la Comunidad Valenciana (no tienen una regulación específica) están reguladas por la ley 14/2010, de 3 de Diciembre, de espectáculos públicos, actividades recreativas y establecimientos públicos.**

4.1. El sector-actividad en España.

Nuestra sociedad ha sufrido grandes cambios en los últimos años que han modificado el modelo tradicional de familia y los roles que cada uno de los miembros venía desempeñando dentro de la misma.

Estos cambios están determinados por varios factores. Uno de ellos es la disminución del número de hijos por mujer, así como la reducción del índice de natalidad. Este índice, que 1981 era de 14,12 ha disminuido hasta situarse en 10,51 en 2010. Debe señalarse que la natalidad ha sufrido un ligero incremento en los últimos años debido a la llegada de mujeres en edad fértil procedentes de otros países.

Cuadro 1: Gráfico de la evolución de la tasa de natalidad, España, 2000-2010 (%).



Fuente: Instituto Nacional de Estadística

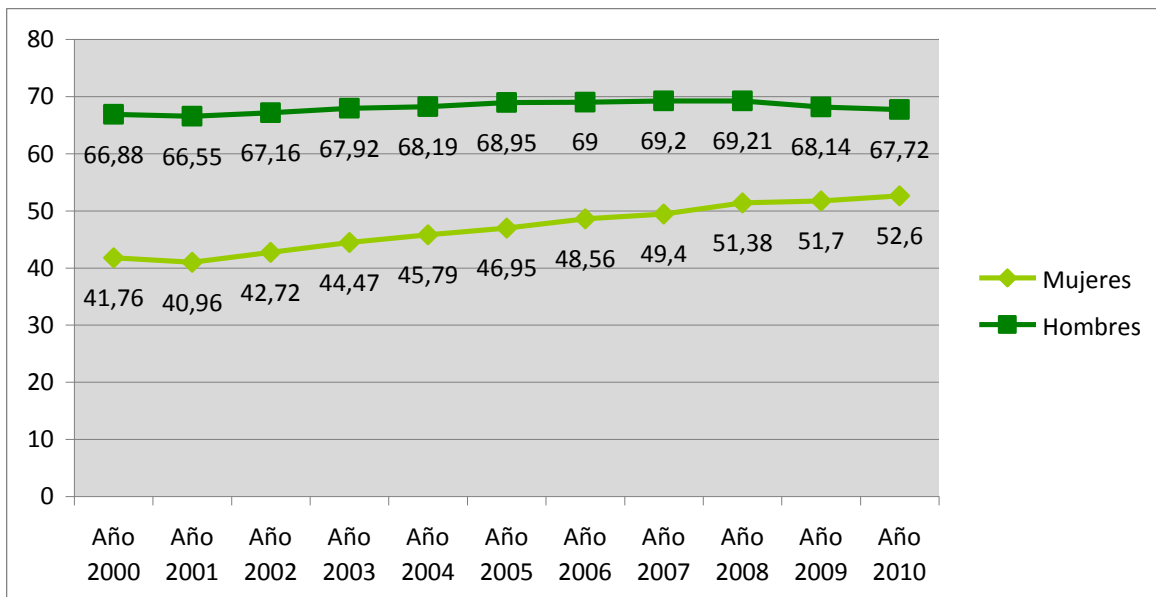
El gráfico viene a mostrarnos el número de nacimientos por cada 1000 habitantes. Si bien indica esa evolución favorable con su máximo de 11,37 en el año 2008, podemos apreciar que en los dos años siguientes la evolución es ligeramente decreciente. Destacamos que la Comunidad Valenciana supera la media nacional hasta el año 2008 con un máximo de 11,53. Esta información la puedes ampliar consultando el cuadro 0400.1

El indicador coyuntural de fecundidad, que mide el número medio de hijos por mujer en edad fértil, se situó en el año 2010 en 1,46 frente al 1,37 registrado en 2006 y el 1,43 en el 2008. De esta forma, la tasa de fecundidad prosigue su recuperación con algún altibajo, aunque sigue siendo baja respecto a la media Europea. De la misma forma, en la Comunidad Valenciana se dan valores más positivos, alcanzando el 1,48 en el 2010.

A pesar de que el escaso número de nacimientos en España, supone un freno para cualquier iniciativa empresarial que pretenda desarrollar su actividad en el ámbito infantil, existen otros factores que han convertido a este sector en una buena fuente de oportunidades de negocio.

Uno de ellos es el cambio en la estructura familiar y social debido principalmente a la incorporación de la mujer al mercado laboral. Esta tendencia creciente ha hecho surgir nuevas necesidades en los ciudadanos respecto al tiempo libre de sus hijos, sobre todo en épocas no lectivas.

Cuadro 2: Gráfico de la tasa de actividad por sexo, España, 2000-2010, (%).



Fuente: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. Instituto de la Mujer.

Como se observa en el gráfico, la tasa de actividad femenina aumenta progresivamente, lo cual implica que las funciones de cuidado de los hijos que venían desempeñando las madres, han de ser asumidas en muchos casos por los nuevos servicios de atención a la infancia.

Otro factor que ha favorecido el aumento de empresas dedicadas al ocio infantil es el hecho de que la población dedique más tiempo y dinero a momentos de ocio. El consumo de actividades relacionadas con el tiempo libre por parte de la población de todas las edades ha crecido espectacularmente en los últimos años.

Además, la proliferación de familias con un único hijo, añadido a los mayores niveles de renta y bienestar de las mismas, ha propiciado el incremento del gasto por hijo y que hoy en día los niños y niñas tengan acceso a más servicios, comodidades, actividades de ocio, etc.

A raíz de estas nuevas necesidades han surgido una serie de negocios relacionados con el ocio infantil como son los parques infantiles y las ludotecas.

Conviene destacar que los parques infantiles no son ludotecas. Mientras los parques infantiles tienen la finalidad de distraer a los pequeños a través de estructuras psicomotrices que los ayudan a desarrollarse y a relacionarse con el medio, las ludotecas están concebidas con el propósito de cumplir también una función educativa, social y cultural.

En España, las ludotecas han adquirido un gran auge, ya que proporcionan un espacio seguro y atractivo para los niños, donde pueden desarrollar habilidades, estimular su afectividad y desarrollar hábitos de convivencia.

Aunque el deseo de jugar es espontáneo en el niño, las ludotecas canalizan sus esfuerzos para potenciar el desarrollo de la personalidad infantil por medio de actividades lúdicas, convirtiendo así una actividad placentera para el niño en un instrumento de aprendizaje. No son simplemente lugares donde el niño pasa parte de su tiempo, sino una herramienta muy valiosa para su educación y desarrollo.

Para el mejor aprovechamiento de estos centros es necesario tener unos monitores que expliquen de forma fácil los recursos utilizables y promuevan actividades variadas; éstas, aunque comiencen dirigidas se deben desarrollar libremente.

Además, las ludotecas salvan algunas dificultades con las que hoy en día se encuentran los niños para jugar:

- Dificultades relacionadas con el espacio: La calle se ha perdido como espacio de juego; hay pocos parques bien equipados y seguros; las viviendas son pequeñas y no permiten algunos juegos (correr, gritar...), etc.

- Dificultades relacionadas con otros niños: La pérdida de la calle supone también una disminución de las posibilidades de encontrarse con compañeros; las reducidas dimensiones de las viviendas dificultan las visitas de amigos para jugar juntos, las relaciones con los vecinos son menores que antaño y muchos niños son hijos únicos.

- Dificultades relacionadas con la no presencia de adultos: Los mayores tienen poco tiempo libre para compartir con los hijos. Generalmente, ni los padres juegan con sus hijos en las casas, ni algunas familias favorecen el contacto del niño con los juguetes.

- Dificultades relacionadas con el tiempo: Los niños tienen poco tiempo libre; realizan muchas actividades extraescolares; dedican muchas horas a permanecer delante de una pantalla (televisión, ordenador...), a hacer los deberes, etc. Muchos días no disponen de momentos para el juego y eso no debe ocurrir en la infancia.

Las ludotecas en la Comunidad Valenciana se consideran empresas de jardines de recreo en los que la entrada es por precio, recogidas en el I.A.E. 9812. Bajo este epígrafe se incluyen los parques infantiles, así que es difícil distinguir entre éstas y ludotecas.

En la ley 14/2010, de 3 de diciembre, de Espectáculos Públicos, Actividades Recreativas y Establecimientos Públicos se recoge la normativa aplicable a este sector.

La Generalitat Valenciana, en virtud de lo dispuesto en el artículo 31.30 del Estatuto de Autonomía de la Comunidad Valenciana, aprobado por Ley Orgánica 5/1982, de 1 de julio, ostenta competencia exclusiva, en materia de espectáculos públicos.

Por Real Decreto 1040/1985, de 25 de mayo, se transfirieron a la misma, las competencias y servicios del Estado en esta materia.

En el apartado 8.1 Información Estadística de Interés encontrarás más información sobre factores de natalidad y tasas de actividad poblacional para las distintas comunidades autónomas y la Unión Europea.

5. MERCADO.

5.1. Análisis de la demanda.

La lectura de este capítulo te permitirá conocer:

>TU MERCADO, SU ESTRUCTURA Y SU EVOLUCIÓN.

>UN MÉTODO PARA QUE PUEDES ESTIMAR EL TAMAÑO DEL MERCADO EN TU ÁREA DE INFLUENCIA Y LA PARTE DE ESE MERCADO QUE VAS A PODER CAPTAR.

>LOS TIPOS DE CLIENTES QUE INTEGRAN TU MERCADO, Y SUS CARACTERÍSTICAS MÁS IMPORTANTES.

El análisis de la demanda te permitirá deducir las siguientes conclusiones:

- **El mercado potencial de las ludotecas lo forma, principalmente, la población infantil de entre dos y diez años.**
- **Las ludotecas se ubican en un núcleo urbano, debido a la proximidad de centros culturales, sociales, instalaciones educativas o centros educativos.**
- **Los padres demandan un conjunto de profesionales que eduquen a los niños en el tiempo libre a través del juego y el juguete, siendo ésta una herramienta de intervención educativa, social y cultural.**

5.1.1. Tamaño del mercado.

¿Cuál es el tamaño del mercado de las ludotecas?

¿Existe algún criterio para segmentar el mercado?

Es difícil calcular el tamaño de mercado de las ludotecas, tanto desde el punto de vista de la oferta como de la demanda, y ello se debe a la inexistencia de datos oficiales publicados sobre el número de ludotecas existentes y el porcentaje de particulares interesados en demandar esta actividad.

El conjunto de actividades de las ludotecas es muy amplio, por lo que, para determinar el tamaño de mercado se recurre a la información obtenida en el trabajo de campo realizado.

Desde el punto de vista de la demanda, es susceptible de formar parte del mercado potencial de las ludotecas la población infantil de entre dos y diez años. El número de

niños de 2-10 años en la Comunidad Valenciana, según el Instituto Valenciano de Estadística (IVE), es de 465.545 en el año 2010.

En el apartado 8.1 Información Estadística de Interés encontrarás más información sobre población para las distintas provincias y comunidades autónomas.

5.1.2. Definición de un método de cálculo del tamaño del mercado.

¿Cómo puedo calcular el tamaño de mi mercado?

En primer lugar conviene señalar que cualquier mercado está afectado por una serie de factores o variables. Es necesario que el empresario los conozca y valore, pues son determinantes para que exista ese mercado y tenga un tamaño suficiente.

Para que puedas estimar el tamaño de mercado y la cuota que podrías captar en tu área de influencia debes tener presente que estas empresas tienen un ámbito de actuación local, es decir, que abarcan un entorno próximo.

Las ludotecas se localizan en un entorno urbano, y ello es debido a diversos factores como: proximidad de clientes, proximidad a centros educativos, culturales, sociales o deportivos, entre otros.

Tomando como referencia factores como la proximidad de zonas con gran concentración de viviendas, proximidad a centros educativos, o deportivos, entre otros, es posible que hayas decidido instalarte en una localidad concreta.

A continuación debes determinar ciertos factores que influyen en tu tamaño de mercado:

- Determina el número de niños de dos a diez años que hay en dicha localidad. Estos datos los puedes obtener del Instituto Valenciano de Estadística. En el banco de datos del IVE se recoge el número de habitantes de cada ayuntamiento de la Comunidad Valenciana.

- Establece el número de colegios en los que puedes realizar actividades extraescolares. Este dato lo puedes conseguir a través de la Consellería de Educación, Formación y Empleo.

- En el portal de la Generalita Valenciana puedes obtener el número de diversas entidades y asociaciones culturales, recreativas, de animación sociocultural, de minorías étnicas, de padres de alumnos o deportivos, entre otras, a las que puedes dirigirte y realizar actividades de animación o talleres creativos.

Además del análisis de los datos anteriores, deberás realizar un estudio más exhaustivo sobre el mercado potencial de las ludotecas.

- Calcula el número de ludotecas, centros de ocio, empresas de tiempo libre, empresas de animación sociocultural, guarderías y ludotecas municipales que hay en tu área de influencia. Así podrás identificar a tu competencia y el perfil del cliente.
- Visita a tus competidores directos (como si fueses un posible cliente) para identificar los servicios que ofrecen, su precio y calidad, así como el porcentaje de mercado que absorben.
- Averigua la facturación de las ludotecas, tomando información del Registro Mercantil; de la base de datos Ardán, etc.
- Determina qué actividades realiza tu competencia: actividades de animación sociocultural, talleres creativos y de animación, organización de actividades lúdico-educativas, o actividades extraescolares, entre otras.
- El análisis de la información anterior te ayudará a realizar una estimación de la dimensión del mercado de las ludotecas.

A partir de los resultados obtenidos, podrás construir varios escenarios, (pesimista-normal- optimista), y contrastarlos con el volumen de ventas que necesitas para cubrir los gastos que exige la puesta en marcha de tu empresa.

En la Guía de Recursos, que pertenece a esta misma colección y está disponible en formato web (www.guiasceei.com), se proporciona una breve explicación de los métodos de análisis de mercado más utilizados por los emprendedores.

En el apartado 8.6 Factores que influyen en el Tamaño del Mercado, se incluye una tabla con las variables que se considera que pueden tener una incidencia sobre el tamaño del mercado de las ludotecas y una valoración de su influencia por entorno. Además, se proporciona la fuente y/o el método de recogida de la información correspondiente.

5.1.3. Tipos y características de los clientes.

¿A qué tipos de clientes puedo dirigirme?

¿Qué características presentan?

¿Cuáles son los aspectos más valorados por la clientela?

A la hora de crear una empresa es importante conocer el tipo de clientes y qué variables son las que valoran más éstos a la hora de demandar un servicio de ludotecas.

Las ludotecas son centros pensados para niños con edades entre 2 y 10 años, (según datos de entrevistas, pero variable según actividades ofrecidas) y que tiene como misión el desarrollo integral de la personalidad a través del juego y del juguete.

Aunque los usuarios de estos centros lúdicos son los niños, debe tenerse en cuenta que los compradores son los padres, asociaciones, instituciones públicas o centros educativos, entre otros.

En el cuadro siguiente se muestra una distribución porcentual de las ventas correspondientes a los sectores más destacados, información obtenida en el trabajo de campo realizado para la elaboración de esta guía.

Cuadro 3: Porcentaje sobre ventas de una ludoteca según tipología de clientes, Comunidad Valenciana, 2006 (%).

Tipos de clientes	% ventas
Particulares	95%
Centros educativos	10%
Ayuntamientos	10%
Asociaciones	7,5%

Fuente: Elaboración propia a partir de entrevistas

De la información obtenida por los gerentes de ludotecas, señalan que los particulares representan casi la totalidad de su clientela, con el 95% de las ventas de las ludotecas. El ámbito de procedencia de los clientes de estas empresas es local, porque aproximadamente es un factor clave a la hora de demandar este tipo de servicios.

Las ludotecas cumplen determinadas funciones, que los padres valoran a la hora de llevar a sus hijos a estos centros. La ludoteca es un espacio de juego y diversión y a través del juego, los niños aprenden y se desarrollan de manera integral, fomentando un entorno comunitario.

Los padres carecen de tiempo para jugar con sus hijos por necesidades laborales, y es por ello que la ludoteca se presenta como una fórmula alternativa que combina el juego y la educación.

A continuación se muestra un cuadro con las principales motivaciones de los clientes a la hora de demandar los servicios de una ludoteca.

Cuadro 4: Motivación del cliente a la hora de acudir a una ludoteca, Comunidad Valenciana, 2006 (1-10).

Factores	Valoración
Necesidades de cuidado de hijos por motivos laborales	9,07
Diversión/ ocio	8,29
Complemento de actividades educativas	7,45
Integración social	7,20
Necesidades formativas	7

Fuente: Elaboración propia a partir de entrevistas

Como se observa en el cuadro, el principal motivo para acudir a una ludoteca es la necesidad de la atención a los hijos por motivos laborales. Seguido de la diversión y el ocio y las de complemento de actividades educativas.

A continuación aparece representado un cuadro en el que se valoran distintos factores, según su importancia, para el cliente a la hora de tomar la decisión de solicitar los servicios de una ludoteca.

Cuadro 5: Valoración del servicio por parte del cliente, Comunidad Valenciana, 2006 (1-10).

Factores	Valoración
Atención al niño	10
Profesionalidad	9
Seguridad	8,77
Calidad del servicio	8,77
Confianza	8,62
Precio	8,55
Instalaciones	8,31
Medios de pago	7,44
Servicios complementarios (amplitud de horario)	7,23
Conocimiento del producto	7,18
Localización del local	7,15
Variedad de actividades	6,42

Fuente: Elaboración propia a partir de entrevistas

Lo que más valora el cliente es la atención personalizada, es decir, que el profesional de la ludoteca tenga en cuenta las necesidades específicas de cada niño; muy relacionado con la profesionalidad de los trabajadores de las ludotecas, es que deben tener una formación adecuada y disponer de los recursos necesarios para realizar las actividades lúdico-educativas.

La seguridad, la calidad del servicio y confianza, son tres aspectos muy valorados por los clientes de una ludoteca y que han de transmitir con el buen trabajo.

El precio es un factor importante, pues debe existir una relación precio-calidad para que el cliente se quede plenamente satisfecho.

Dos últimas valoraciones a considerar son las instalaciones y los medios de pago. Unas buenas instalaciones en las que los padres e hijos reconozcan un centro adaptado a sus necesidades lúdicas en el cual existan medios de pago flexibles, que aporten mayor facilidad a los clientes.

Identifica con claridad a tus posibles clientes y realiza tu actividad empresarial, basándote en las valoraciones del cliente.

5.2. Análisis competitivo.

La lectura de este capítulo te permitirá conocer:

>LAS FUERZAS BÁSICAS QUE DETERMINAN EL GRADO DE COMPETENCIA DENTRO Y FUERA DE LA ACTIVIDAD.

>CÓMO SON LAS EMPRESAS, SU ESTRUCTURA JURÍDICA Y LABORAL, ASÍ COMO SU DIMENSIÓN.

>LAS PRINCIPALES BARRERAS DE ENTRADA Y SALIDA QUE EXISTEN EN LA ACTIVIDAD.

>LOS PRODUCTOS ALTERNATIVOS O SUSTITUTIVOS QUE COMPITEN CON LAS LUDOTECAS.

>EL PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES Y LOS PROVEEDORES.

La lectura de este capítulo te permitirá obtener las conclusiones que se señalan en el siguiente cuadro:

FUERZAS COMPETITIVAS	INTENSIDAD
INTENSIDAD DE LA COMPETENCIA	<p>Baja</p> <p>Bajo número de empresas, concentradas en zonas concretas. Mercado en crecimiento.</p>
AMENAZA DE NUEVOS COMPETIDORES	<p>Barreras de entrada: Media</p> <p>Necesidad de obtención de autorización y acreditación como centro de jardín de recreo, en los que la entrada es por precio. Cliente exigente sobre la tutela de los hijos. Preferencia del mercado en la obligatoriedad de titulación y habilitación profesional para los profesionales del centro. Requerimiento específico regulado bajo la ley 4/2003, de 26 de Febrero, de espectáculos públicos, actividades recreativas y establecimientos públicos.</p> <p>Barreras de salida: Baja</p> <p>Posibilidad de traspaso del local.</p>
PRESIÓN DE PRODUCTOS SUSTITUTIVOS	<p>Alta</p> <p>Competencia con ludotecas sin ánimo de lucro, empresas de ocio y tiempo libre, centros de ocio, empresas de animación sociocultural, guarderías y otros servicios o actividades infantiles. Posibilidad de cuidado de los niños por parte de familiares, sobre todo en el ámbito rural.</p>
PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES	<p>Medio</p> <p>Amplia oferta de proveedores. Escaso volumen de compra de las ludotecas, lo que reduce su poder de negociación.</p>
PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES	<p>Particulares: Baja</p> <p>Escasez de establecimientos de este tipo. Los precios están fijados, limitando las posibilidades de negociación por parte de los clientes.</p> <p>Instituciones: Medio-alto</p> <p>Posibilidad de contratar estos servicios a empresas de otro tipo (animación sociocultural, granja-escuela, etc.). Determinación del cliente o negociación mutua de precio, plazos y medios de pago</p>

5.2.1. Análisis de las empresas competidoras.

¿Cuántas empresas hay y dónde están situadas?

¿Resulta atractiva la actividad de las ludotecas para decidirse a crear una empresa de estas características?

¿Qué personalidad jurídica debe adoptar mi empresa?

¿Qué cifras de facturación y empleo se están consiguiendo?

¿Cuáles son las instalaciones adecuadas para la práctica de mi actividad?

5.2.1.1. Número de empresas y su distribución territorial.

¿Cuántas ludotecas hay en la Comunidad Valenciana?

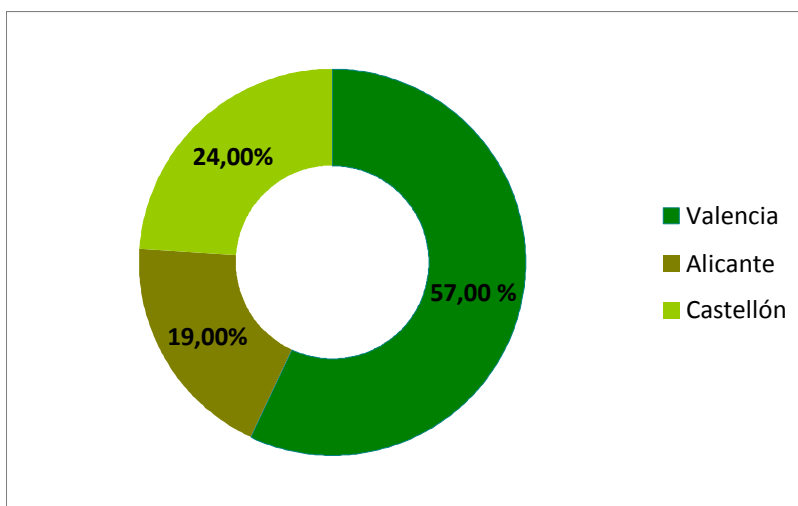
¿Cómo están distribuidas?

Según especifica la normativa vigente, en la Comunidad Valenciana las ludotecas pueden inscribirse en el Registro de empresas prestadoras de servicios sociales de la Consellería de Bienestar Social o reguladas bajo la ley 14/2010, de 3 de diciembre, de espectáculos públicos, actividades recreativas y establecimientos públicos. Sin embargo este registro no resulta de utilidad para conocer el número de ludotecas que existen en la Comunidad, puesto que en él se incluyen empresas de actividades diversas.

Para conocer el número de ludotecas presentes en la Comunidad Valenciana se han analizado los datos procedentes de Camerdata relativos al epígrafe 9812 "Jardines de recreo en los que la entrada es por precio", los cuales muestran un total de 154 empresas, entre las que se incluyen ludotecas, centros de ocio infantil y otros servicios recreativos dedicados a la infancia.

A través de la consulta a Camerdata, se ha determinado que, de estas empresas, 58 son ludotecas, distribuidas provincialmente de la siguiente manera:

Cuadro 6: Gráfica de la distribución geográfica de las ludotecas, Comunidad Valenciana, 2011 (%).



Fuente: Camerdata

Como se observa en la gráfica anterior, Valencia es la provincia que aglutina un mayor número de ludotecas, con un 57% de las mismas, seguida de Castellón con un 24% y por último Alicante con un 19%. Esto es debido a que en estas provincias se han encontrado mayor número de centros, debido a un fomento de actividades relacionadas con la cultura educativa infantil, en los cuales se concentra la demanda de este tipo de servicios, conformando, por tanto, el asentamiento preferente de estos negocios.

5.2.1.2. Evolución en la creación de empresas.

Uno de los síntomas del dinamismo de un mercado es la aparición de nuevos negocios de la actividad.

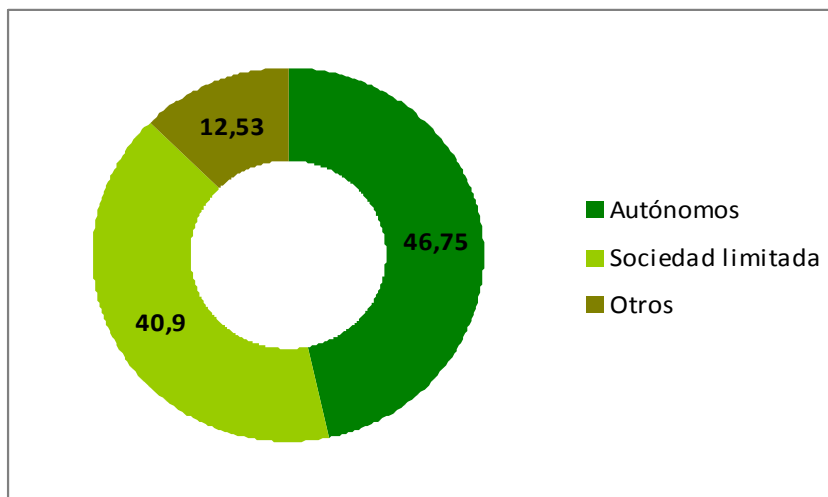
A través de las entrevistas realizadas, se observa que la mayoría de las ludotecas han sido creadas con anterioridad a la promulgación de la Ley 14/2010, por el que se regulan los servicios de actividad recreativa en la Comunidad Valenciana y se establecen sus requisitos. Así, un 53,33% de las empresas consultadas han iniciado su actividad entre los años 1996 y 2001, mientras que el 33,33% se han constituido entre los años 2002 y 2006. El restante 13,33% lo constituyen las empresas creadas antes del año 1996.

5.2.1.3. Condición jurídica.

La forma jurídica adoptada está estrechamente relacionada con la dimensión en términos económicos y de personal.

Para conocer la condición jurídica de las empresas que operan en la actividad se han consultado los datos recogidos en Camerdata, los cuales reflejan los siguientes resultados:

Cuadro 7: Gráfica de la distribución de las ludotecas según condición jurídica, Comunidad Valenciana, 2011(%).



Fuente: Camerdata

Como muestra la gráfica anterior, la forma jurídica predominante es la de Autónomos, seguida de cerca por Sociedad Limitada. Esto refleja las pequeñas dimensiones que presentan este tipo de empresas en la Comunidad Valenciana.

Si escoges como forma de constitución de tu negocio establecerte como Autónomo, debes saber que la personalidad jurídica de la empresa es la misma que la del titular, quien responde de todas las obligaciones que contraiga la empresa. En este caso, no necesitas un proceso previo de constitución, sino que los trámites se inician una vez comenzada la actividad.

Puedes encontrar más información sobre los trámites necesarios para la constitución de tu empresa, las formas jurídicas que puedes adoptar y las obligaciones que tendrás como empresario en las MEMOFichas editadas por los CEEI de la Comunidad Valenciana (www.ceei.net)

5.2.1.4. Volumen de facturación.

El volumen de facturación que pueden alcanzar las ludotecas dependerá de factores como el tiempo de presencia en el mercado, la actividad que desarrolle, los tipos de servicios que comercialice, el número de trabajadores que tenga, los precios que fije por servicio y el tipo de clientes a los que se dirija.

Según datos obtenidos de la base de datos de Camerdata casi la mitad de la distribución de jardines de recreo en la que la entrada es por precio se encuentra con un volumen de negocio hasta los 300.000€

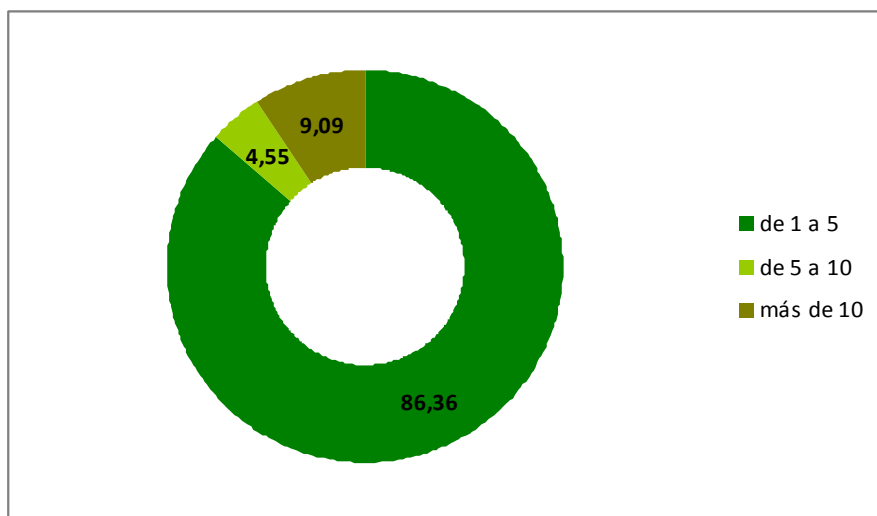
A través del trabajo de campo realizado se estima que el volumen de facturación de una ludoteca de características similares a la empresa tipo desarrollada en esta guía se encuentra aproximadamente entre 60.000 y 110.000 €.

5.2.1.5. Empleo.

Resulta difícil hacer una cuantificación sobre el volumen de empleo generado por la actividad, puesto que los epígrafes en que se encuadra suponen que las referencias estadísticas referidas no sean representativas, al estar distorsionadas por empresas dedicadas a otro tipo de actividades.

Según datos obtenidos de Camerdata la distribución de las empresas incluidas en el epígrafe 9812 "Jardines de recreo en los que la entrada es por precio" según el número de empleados es la siguiente:

Cuadro 8: Gráfica de la distribución de las ludotecas según número de empleados, Comunidad Valenciana, 2011(%).



Fuente: Camerdata

Más del 86% cuenta en su empresa con una plantilla de 1 a 5 empleados.

A partir del trabajo de campo realizado se observa que lo habitual en este tipo de negocios es que cuenten con un cuadro de personal formado por el emprendedor y dos asalariados.

La plantilla de las ludotecas puede ampliarse con la subcontratación de personal eventual, en función del número de usuarios que tengan que atender o de la realización de otro tipo de actividades o servicios. De las ludotecas consultadas se suele contratar a algún empleado a tiempo parcial o para la realización de un servicio concreto, de entre los cuales destacan los diplomados en magisterio, auxiliares y técnicos de jardín de infancia, universitarios, monitores de tiempo libre, educadores infantiles, pedagogos, etc.

5.2.1.6. Instalaciones.

Las instalaciones necesarias para una ludoteca dependerán en gran medida de las actividades que se realicen en ella y del número de plazas que oferte el centro.

La ludoteca generalmente constan de una serie de estanterías con juguetes clasificados por edades y características didácticas, una zona para jugar con ellos, servicio de préstamo, construcción y reparación de juguetes y talleres lúdico-creativos (animación a la lectura, plástica, teatro y marionetas, magia...etc.).

En todo caso, las características de dichas instalaciones han de ajustarse a las especificaciones de la ley 14/2010:

Los espectáculos públicos, actividades recreativas y establecimientos públicos, deberán reunir las condiciones necesarias de seguridad, salubridad, e higiene para evitar molestias al público asistente y a terceros y, en especial, cumplir con aquellas que establece la normativa aplicable a las actividades molestas, insalubres, nocivas y peligrosas.

Las anteriores condiciones deberán comprender, entre otras, las siguientes materias:

- a) Seguridad para el público asistente, trabajadores, ejecutantes y bienes.
- b) Condiciones de solidez de las estructuras y de funcionamiento de las instalaciones.
- c) Condiciones y garantías de las instalaciones eléctricas como locales de pública concurrencia
- d) Prevención y protección de incendios y otros riesgos inherentes a la actividad, facilitando la accesibilidad de los medios de auxilio externos.
- e) Condiciones de salubridad, higiene y acústica, determinando expresamente las condiciones de insonorización de los locales necesaria para evitar molestias a terceros de acuerdo con lo que dispone la Ley de protección contra la contaminación acústica.
- f) Protección del medio ambiente urbano y natural.
- g) Condiciones de accesibilidad y disfrute para personas discapacitadas, de acuerdo con lo dispuesto en la Ley 1/1998, de 5 de mayo, de accesibilidad y supresión de barreras arquitectónicas, y que posibiliten el disfrute real del espectáculo o el acceso a la actividad recreativa y a los establecimientos públicos por parte de las personas discapacitadas, para lo cual se realizarán las adaptaciones precisas en los locales e instalaciones en el plazo que reglamentariamente se establezca, de acuerdo con la citada ley.
- h) Plan de emergencia según las normas de autoprotección en vigor.

En función del trabajo de campo realizado, se observa que las instalaciones de las ludotecas se ubican habitualmente en la planta baja del edificio, y tienen una superficie media de 220 m².

El siguiente cuadro muestra las instalaciones más habituales de las ludotecas presentes en el mercado:

Cuadro 9: Porcentaje de ludotecas que poseen determinadas instalaciones, Comunidad Valenciana, 2006(%).

Zona	% empresas que poseen esta instalación
Sala de juegos	86,67%
Servicios higiénicos adaptados	86,67%
Oficina	73,33%
Espacio al aire libre	66,67%
Sala de préstamo de juguetes y libros	46,67%
Otros espacios	33,33%

Fuente: Elaboración propia a partir de entrevistas

Según las ludotecas consultadas, el 86,67% de las mismas cuentan con sala de juegos (una o dos, dependiendo del segmento de edad al que dirijan sus servicios) y servicios higiénicos adaptados. De las entrevistas mantenidas con gerentes reflejan que estos espacios comprenden aproximadamente 148 m² y 4 m² respectivamente.

El 73,33% de las mismas poseen oficina, que oscilan los 4 m² y un 66,67% disponen de espacio al aire libre con una superficie alrededor de los 60 m².

El 46,67% de los entrevistados posee de sala de préstamo de juguetes y libros y alcanza los 4 m². Por último, el 33,33% disponen de otros espacios en el centro, como pueden ser las cafeterías, vestuarios, cocina, almacén, biblioteca, sala de vídeo...etc.

En el cuadro siguiente puedes ver los medios con los que cuentan las ludotecas para el desarrollo de la actividad profesional, y el porcentaje de empresas consultadas que cuentan con ellos:

Cuadro 10: Porcentaje de ludotecas que poseen determinados medios, Comunidad Valenciana, 2006(%).

Medios	% empresas que poseen este medio
Material didáctico	100%
Material lúdico	100%
Equipos informáticos	30,77%
Elementos de transporte	7,69%

Fuente: Elaboración propia a partir de entrevistas

Según la información del cuadro anterior, se considera necesario para el desarrollo de la actividad que la empresa posea material didáctico y lúdico (juegos participativos, material de taller y manualidades, libros, etc.) También es importante disponer de equipos informáticos que permitan desarrollar correctamente las tareas administrativas.

Otros medios habituales con los que puedes contar son televisión, vídeo, dvd, equipos de música, colchonetas..., etc. Asimismo, el 7,69% de las empresas que operan en el mercado ofrecen servicio de recogida de niños o actividades fuera del local, para lo que cuentan con elementos de transporte.

El equipamiento, juegos y juguetes deberán, en todo caso, cumplir la legislación europea sobre seguridad en las áreas de juego infantil y en los juguetes contenidos en las normas UNE.

Puedes obtener más información sobre la normativa aplicable a este tipo de establecimientos en el apartado 7.1 de esta guía, Normas sectoriales de aplicación.

5.2.2. Análisis de los competidores potenciales.

¿Qué barreras de entrada y salida existen en la actividad?

Las barreras de entrada y salida, afectan al nivel de competencia de un mercado porque, según su intensidad, aumentan o disminuyen su atractivo. Para ver el efecto de las barreras sobre el mercado, se va a poner un ejemplo: si las barreras de entrada son bajas, habrá muchos emprendedores dispuestos a iniciarse en la actividad.

En esta actividad las barreras de entrada tienen una intensidad media. La inversión inicial no es alta, (en caso de no necesitar reforma) y puede comenzarse la actividad profesional con un mínimo de material necesario.

Toda ludoteca necesita de la obtención de autorización y acreditación como centro de espectáculos públicos, actividades recreativas y establecimientos públicos, además de la correspondiente licencia municipal para su apertura. El centro deberá tener suscrita una póliza de seguros de responsabilidad civil que cubra a los usuarios y posibles siniestros del edificio, además de actividades externas, en el caso que se oferten

En cuanto al perfil profesional, disponer de técnicos cualificados en materia lúdico-formativa capaces de diseñar y elaborar métodos y herramientas pedagógicas adecuadas a los niños.

Así mismo, las medidas o condicionamientos técnicos que en el informe se determinen como necesarios, deberán incorporarse en sus mismos términos a la resolución de concesión de la licencia municipal de actividad.

Por lo que respecta a las barreras de salida, se considera que tienen una intensidad baja, debido a la posibilidad de traspaso del local.

Si optas por alquilar el local y abandonas la actividad, perderás las inversiones que hayas realizado en el acondicionamiento del mismo, pero reducirás las inversiones necesarias para iniciar la actividad.

En el caso de haber solicitado préstamos existirá el problema de la cancelación. Las subvenciones deberán ser devueltas en el caso de que la empresa cierre antes del periodo fijado en la propia convocatoria de las subvenciones.

5.2.3. Productos sustitutivos.

¿Qué alternativas existen a las ludotecas?

¿Que ventajas e inconvenientes tengo frente a ellos?

La identificación de productos o servicios sustitutivos supone la búsqueda de otros servicios que puedan cumplir la misma función y, por lo tanto, satisfacer las mismas necesidades que el servicio que ofrecen las ludotecas. Los sustitutivos influyen sobre la competencia, ya que si tienen un precio más bajo y/o un atractivo mayor que el servicio generado por las empresas de la actividad, parte de la demanda se desplazará hacia él.

Existen distintos productos sustitutivos de esta actividad y son valorados de la misma forma. Podemos destacar, en primer lugar, ludotecas sin ánimo de lucro, entre las que se incluyen las ludotecas municipales y de asociaciones (de comerciantes, de vecinos, etc.), entre otras. Estos servicios pueden restar clientela a las ludotecas profesionales, puesto que tienen un menor coste, pero suelen ofertar un horario de servicio más restringido.

Las empresas de ocio y tiempo libre y empresas de animación socio-cultural también pueden actuar como sustitutivos de las ludotecas, sobre todo en el caso de prestación de actividades extraescolares o externas. Sin embargo, las ludotecas presentan la ventaja de dirigir su actividad expresamente al segmento infantil, lo que les ofrece una mayor especialización.

Con respecto a los centros de ocio infantil, las ludotecas ofrecen un servicio que conjuga la cobertura de las necesidades de ocio y tiempo libre con las educativas, a través de un proyecto organizativo de centro, lo que ofrece un valor añadido a este servicio, sobre todo para usuarios que no demandan una contratación esporádica.

Las empresas de animación socio-cultural muy emparentadas con las empresas de ocio y tiempo libre, están más dedicadas a un conjunto de acciones realizadas en el marco de un territorio concreto, sobre una comunidad o sector de la misma, con la finalidad principal de favorecer la participación activa de sus integrantes en el proceso de su propio desarrollo social y cultural.

Las guarderías y otros servicios pueden suponer un sustitutivo en distintos segmentos de edad (niños de 2 y 3 años), en distintas horas del día (actividades extraescolares, actividades deportivas...) o en épocas determinadas (granjas escuela, campamentos de verano, etc.) Las ludotecas presentan frente a estos servicios la ventaja de la continuidad, lo que ayuda a acrecentar la confianza de los clientes.

Asimismo, otras posibilidades como la contratación de canguros a domicilio o empleados del hogar, limitan su servicio a labores de vigilancia y suelen ser ofertadas de manera particular, por lo que no resulta habitual que se trate de profesionales, y se excluye de su servicio la prestación de asistencia educativa.

El sustitutivo más común es el cuidado de los niños por parte de familiares (abuelos). Esto es debido a que muchas familias cuentan con distintos familiares que pueden ayudar al cuidado de los niños, además de que no supone ningún coste económico. Esta opción es más común en las zonas rurales, puesto que en las ciudades suele ser habitual la movilidad laboral y el desplazamiento de las personas fuera de su lugar de residencia habitual, lo que limita esta opción.

5.2.4. Proveedores y su poder de negociación.

¿Cuáles son las características principales de los proveedores?

¿Qué aspectos debo valorar para elegir un proveedor?

¿Cuáles son los plazos de pago a los proveedores en el mercado?

¿Cuál es la capacidad de los proveedores para ejercer presión sobre mi empresa?

Los proveedores de las ludotecas son los encargados de proporcionar el material lúdico-educativo que precisan este tipo de establecimientos.

Estos productos pueden ser suministrados por fabricantes, mayoristas o minoristas. El cuadro siguiente muestra la tendencia de las empresas a la hora de realizar la compra a un tipo u otro de proveedor:

Cuadro 11: Distribución de ludotecas según tipo de proveedor, Comunidad Valenciana, 2006 (%).

Producto	% de compra a minorista	% de compra a mayorista
Juegos, juguetes	17,65%	82,35
Papelería	37,5%	62,5%
Material deportivo		100%
Alimentación	52,63%	47,37%
Mobiliario y complementos	14,29%	85,71%

Fuente: Elaboración propia a partir de entrevistas

Como se puede observar en el cuadro anterior, la compra de juegos y juguetes se realiza mayoritariamente en establecimientos mayoristas, aunque algunas ludotecas compran también a través de minoristas. Los productos de papelería y talleres de manualidades se compran mayoritariamente en centros mayoristas, aunque existe una partida importante de compra en centros de distribución minorista. El material deportivo es suministrado en su totalidad por distribuidores mayoristas.

La alimentación adquiere mayor equidad en su compra a proveedores, en el que se destina un poco más de la mitad a la compra a minoristas.

Por último, la compra de mobiliario y complementos se realiza mayoritariamente en establecimientos mayoristas aunque algunas ludotecas también compran a minoristas.

En algunas ocasiones, las ludotecas pueden contar con proveedores de servicios propios o de un trabajo puntual, como actividades de animación socio-cultural, monitores deportivos o de tiempo libre, etc.

Estos trabajos son subcontratados habitualmente a empresas, aunque pueden ser realizados ocasionalmente por profesionales independientes. Debes prestar especial atención a la elección de estos colaboradores, puesto que en muchos casos serán quienes desarrollen la actividad, y quienes tienen contacto directo con el usuario final del servicio. Por ello la elección es fundamental para ofrecer al cliente un servicio profesional y de calidad.

Los proveedores pueden ejercer su poder de negociación sobre las empresas participantes en la actividad, amenazando con elevar los precios, o reduciendo la calidad de los productos o servicios, con la consiguiente repercusión en la rentabilidad de la actividad o en la calidad que prestarás a tus clientes.

En esta actividad, el poder de negociación de los proveedores se considera medio, puesto que existen bastantes proveedores de este tipo de productos en el mercado.

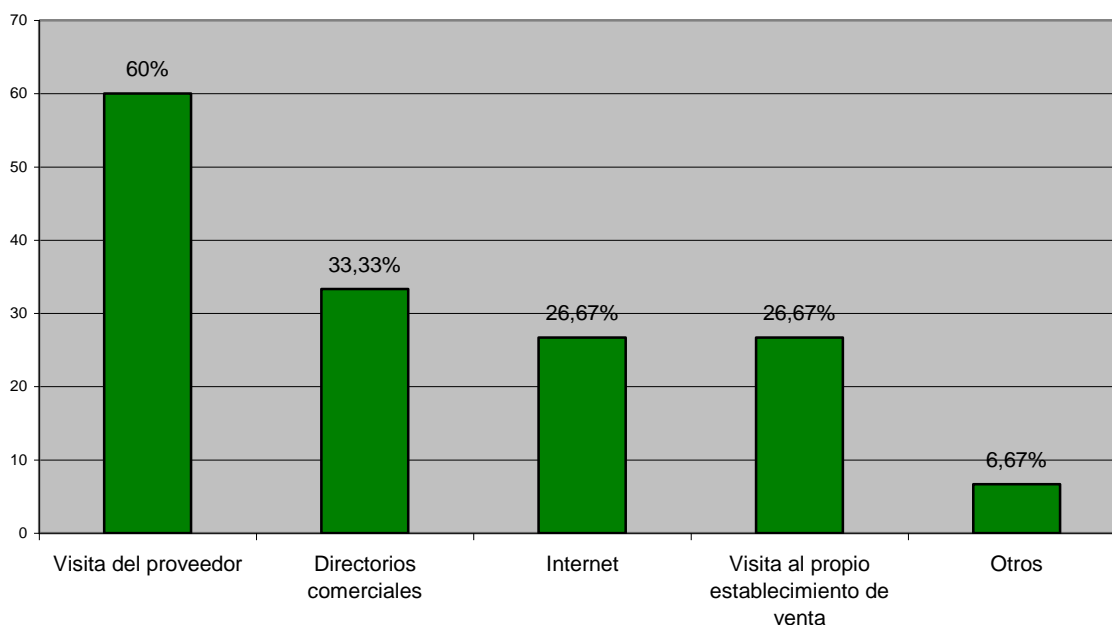
En el caso de suministro por parte de comercios minoristas, el precio está establecido previamente, y se paga generalmente al contado, lo que reduce tus posibilidades de negociación.

Si el volumen de compra te permite contactar con proveedores mayoristas, puede existir la posibilidad de realización de pequeños descuentos, aunque la mayor parte de ludotecas tienen un poder de compra limitado, lo que reduce su poder de negociación frente a los distribuidores.

Deberás valorar la forma de obtención de aprovisionamiento más conveniente para tu empresa en función del volumen de compra que tengas a lo largo del año, decidir qué tipo de proveedor resulta más conveniente (grandes superficies comerciales, tiendas especializadas, mayoristas o Cash and carry...) y tratar de negociar las condiciones más adecuadas, así como posibles descuentos.

Según datos obtenidos de las entrevistas realizadas, la forma de contactar inicialmente con los proveedores es a través de visitas de los proveedores, seguido del contacto a través de directorios comerciales. Algunas ludotecas contactan con sus proveedores por medio de la visita al propio establecimiento de venta o por medio de internet. Otras formas de contactar es a través de catálogos o acudiendo a ferias (el 6,67% de las empresas consultadas emplean este medio).

Cuadro 12: Gráfica sobre el modo de contactar con proveedores, Comunidad Valenciana, 2006 (%).



Fuente: Elaboración propia a partir de entrevistas

La elección de un proveedor viene condicionada por una serie de factores, entre los que destacan la calidad de los productos y la profesionalidad, debido sobre todo a la repercusión que tienen estos dos aspectos para el servicio por tratarse de objetos dedicados a uso infantil y la buena reputación en la forma de trabajar. Otros aspectos muy valorados por los profesionales del sector son la confianza depositada en el proveedor y el servicio post-venta.

Cuadro 13: Valoración del proveedor por parte de las ludotecas, Comunidad Valenciana, 2006(1-10).

Factor	Valoración
Calidad de los productos	9,87
Profesionalidad	8,79
Confianza	8,85
Servicios post-venta	8,56
Plazos de entrega	8,36
Precio	8,18
Surtido	7,90

Fuente: Elaboración propia a partir de entrevistas

Los pagos a proveedores se realizan fundamentalmente en efectivo o tarjeta, en el caso de dotación en establecimientos minoristas, o a través de transferencias, para el

pago a distribuidores mayoristas. En este último caso otros medios de pago utilizados son los pagarés y los recibos domiciliados.

El plazo de pago puede ser a 30, 60 o 90 días, aunque la primera compra se ha de pagar al contado. Si la compra se efectúa en establecimientos minoristas ésta se realiza generalmente al contado.

En el Anexo 8.2 el emprendedor puede consultar los diferentes tipos de proveedores y la forma de localización de los mismos.

5.2.5. Poder de negociación de los clientes.

¿Cuál es la capacidad de los clientes para ejercer presión sobre mi empresa?

Los clientes pueden ejercer presión sobre las empresas que actúan en el mercado, haciendo que éstas bajen los precios, que ofrezcan servicios más amplios y condiciones de pago más adecuadas.

El poder de negociación de los clientes particulares en el sector de ludotecas se considera bajo, debido sobre todo a la escasez de establecimientos de este tipo.

Además, los precios y plazo de pago están fijados previamente a la contratación del servicio, limitando las posibilidades de negociación por parte de los clientes.

En el caso de otro tipo de clientes, como empresas, instituciones o centros educativos, que contraten la realización de actividades extraescolares o externas, el poder de negociación es medio-alto. Los precios, plazos y medio de pago suelen ser establecidos por el cliente o a través de una negociación mutua, y además existe la posibilidad de contratar a otro tipo de empresas para la realización de estos servicios.

En la totalidad de ludotecas consultadas los servicios se cobran en efectivo salvo para los clientes que no son particulares, o para aquellos particulares que contratan un bono mensual. En estos casos los medios utilizados también son los cheques y los recibos domiciliados.

5.3. Situación actual y previsiones para el futuro.

¿Cuáles son las principales amenazas de la actividad?

¿Qué oportunidades se pueden presentar para potenciar mi mercado?

¿Qué aspectos debo considerar como puntos fuertes en la actividad?

¿Y cuáles son los puntos débiles a tener en cuenta?

¿Cómo evaluar el futuro de las ludotecas en la Comunidad Valenciana?

El **Análisis DAFO** es una herramienta analítica que te permite conocer el entorno del mercado actual y previsiones futuras de la evolución de un negocio. A través del DAFO obtenemos una visión interna y externa de nuestra actividad respecto al mercado en el que vamos a operar. Además facilita la toma de decisiones futuras de carácter estratégico.

Se basa en cuatro puntos fundamentales: en el **nivel externo** a la empresa, es decir, el entorno socioeconómico en el que opera, se analizan las posibilidades futuras de la empresa (Oportunidades) y handicaps actuales y futuros (Amenazas). Por otro lado, en el **nivel interno** de la empresa existen ventajas competitivas (Fortalezas) y carencias esenciales (Debilidades).

Si has pensado en crear una ludoteca debes tener presente el siguiente cuadro con el fin de aumentar o mantener los puntos fuertes, permanecer atento a las oportunidades de negocio que se te ofrecen y eliminar o mejorar los puntos débiles para afrontar las amenazas que el mercado te presente.

AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> >Elevado numero de productos sustitutos. >Cambio en los horarios laborales para conciliar la vida laboral y familiar. >Desconocimiento, confusión y poca valoración por parte de los padres. 	<ul style="list-style-type: none"> >Aumento de la tasa de natalidad. >Incorporación de la mujer al mercado laboral. >Menor incidencia del cuidado de los niños por parte de la familia, debido al incremento de la movilidad laboral y transformaciones en la estructura familiar. >Aumento del nivel de renta y tiempo de ocio.
PUNTOS FUERTES	PUNTOS DEBILES
<ul style="list-style-type: none"> >Atención personalizada y profesionalidad. >Capacidad de fidelización del cliente. >Nueva clientela: centros educativos, empresas, asociaciones e instituciones. 	<ul style="list-style-type: none"> >Estructuras empresariales poco desarrolladas. >Escasa formación en creación y gestión de empresas. >Reducido tamaño de las empresas del sector, lo que les impide evolucionar a mercados más amplios.

Una **amenaza** para las ludotecas es que el sector de servicios de atención a los niños se caracteriza por ser muy heterogéneo, puesto que está conformado por multitud de actividades o servicios que pueden satisfacer la misma necesidad que cubren las ludotecas: centros de ocio infantil, guarderías, servicios de atención educativa al niño, ludotecas sin ánimo de lucro, librerías especializadas en público infantil con complemento ludotecario, (talleres de lectura) etc. Debes valorar este factor a la hora de buscar una localización para tu empresa, pues en zonas donde existe una gran oferta de negocios de este tipo la demanda de tu empresa se verá reducida. Asimismo, debes analizar si se trata de un ámbito donde existe una alta tasa de personas / parejas que compartan la zona de residencia con familiares y que deleguen en ellos el cuidado de sus niños, pues esta posibilidad puede actuar como un importante sustitutivo de tus servicios.

Las ludotecas conforman un mercado en crecimiento, debido a la continua aparición de nuevos negocios de este tipo. Por tanto, se prevé un incremento de la competencia en los próximos años.

Existe la amenaza de que los padres soliciten reducción de la jornada laboral o trabajar desde el hogar y de esta manera pasar más tiempo con sus hijos. Es una cuestión a considerar, y conocer si verdaderamente afecta a las posibilidades de tu empresa.

Por último, se encuentra la amenaza consecuente del desconocimiento o la poca valoración de padres sobre el concepto y actividades de una ludoteca. Muchas

personas creen que cubre el mismo objetivo que los parques infantiles. Ante esta posibilidad en tu mano está destacar las aportaciones y beneficios de este tipo de actividad.

Como primera **oportunidad** cabe señalar el aumento de la tasa de natalidad. Se está produciendo un aumento de nacimientos en la Comunidad Valenciana a partir de 1999, que aunque continua siendo una tasa baja respecto a la media europea, destaca su posición por encima de la media nacional.

Otro factor surge de la incorporación de la mujer al mercado laboral: si bien tradicionalmente esta se ha ocupado de las labores caseras y del cuidado de los hijos, su creciente incorporación a la vida social y laboral, han hecho que se genere la demanda de servicios de atención a los niños en las horas en que no permanecen en los centros educativos. Esto supone una importante oportunidad de negocio para las ludotecas, puesto que la variedad de actividades que se desarrollan en ellas y la continuidad en el servicio aumentan la demanda de plazas en estos centros, sobre todo en zonas urbanas.

La alta tasa de movilidad laboral ofrece una tercera oportunidad para estas empresas, pues supone en muchas ocasiones el alejamiento del ámbito familiar, por lo que los padres han de buscar algún servicio de atención a los niños para los momentos en que ellos no los pueden atender. También tiene incidencia en este aspecto la evolución sufrida por la estructura familiar hacia nuevas formas, que se reafirmarán en los próximos años. El incremento de la esperanza de vida, generará cada vez más un desequilibrio en cuanto a las prestaciones que se ofrecían en el seno del hogar, dado que las familias son menos numerosas y se limitan las posibilidades de obtener apoyo en el seno de las mismas. Por otro lado, los modelos de convivencia personal también están cambiando, pues crecen significativamente las familias monoparentales y los hogares unipersonales: personas solteras, separadas y divorciadas, o con cargas familiares no compartidas.

Por último está la oportunidad a través del aumento del nivel de renta en las familias, que, unido a una mayor concienciación sobre la importancia del tiempo de ocio en la infancia, genera una mayor predisposición de los padres a demandar este tipo de servicios para sus hijos.

En lo referente a las **fortalezas** que presentan las empresas de esta actividad, se señala, en primer lugar, la atención personalizada y la profesionalidad del servicio. La calidad del servicio, la seguridad y el trato cercano y cordial son aspectos clave para generar confianza en la clientela. Deberás complementar estos factores con la implantación de un sistema de funcionamiento y gestión organizado con el que logres transmitir a los padres una diferenciación de tu servicio a través de la calidad.

El fortalecimiento de estas características como elemento distintivo de las ludotecas frente a otro tipo de servicios de atención a la infancia, ofrece a las empresas de esta actividad la capacidad de fidelizar a la clientela, lo que supone otro importante punto fuerte a potenciar.

Una tercera fortaleza de estos negocios viene determinada por el incremento y diversificación de la oferta de servicios de las ludotecas, lo que les ofrece la posibilidad de captar nuevos tipos de clientes, como centros educativos, empresas, asociaciones e instituciones. Así por ejemplo, es cada vez más habitual que las ludotecas complementen su servicio de atención a niños en el local, con la organización y

ejecución de actividades extraescolares para los centros educativos, actividades de animación socio-cultural en asociaciones o instituciones diversas (campamentos municipales, organización de actividades deportivas y lúdicas de ámbito provincial o autonómico...), etc. Esta es una oportunidad de negocio que deberías aprovechar, pues la experiencia en este ámbito ofrece una garantía en el servicio muy valorada por los clientes.

En cuanto a las **debilidades** que presentan las ludotecas, en primer lugar cabe señalar la escasez de estructuras empresariales avanzadas en este tipo de empresas. La mayoría de los negocios tienen un tamaño reducido y presentan estructuras organizativas simples, en las que no existe una delimitación clara de funciones entre el cuadro de personal. Se recomienda que, dentro de lo posible, intentes diversificar tu estructura empresarial para hacerla más operativa.

La escasa formación en materia de creación y gestión de empresas supone una segunda debilidad habitual en este tipo de negocios, puesto que la mayor parte de los emprendedores poseen un amplio conocimiento sobre las actividades o servicios que va a prestar la ludoteca, pero escasas nociones de gestión empresarial y comercial. Si no tienes conocimientos relacionados con marketing, creación y gestión de empresas es recomendable que asumas un proceso formativo previo que te posicione en un punto más favorable para iniciar esta experiencia empresarial.

Por último, otro punto débil a destacar se refiere al reducido tamaño de las empresas del sector, puesto que la mayoría de las ludotecas presentan cuadros de personal reducidos y escasos recursos, lo que les proporciona pocas posibilidades de acaparar una mayor cuota de mercado. Así pues, se recomienda que, dentro de lo posible, intentes ampliar tu estructura empresarial, lo que te permitirá evolucionar con más facilidad, diversificar la oferta de actividades y servicios, y competir en mercados más amplios.

6. ÁREAS DE LA EMPRESA.

6.1. Marketing.

La lectura de este capítulo te permitirá conocer:

>LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS GENERALMENTE OFERTADOS. LA POLÍTICA DE PRECIOS MÁS HABITUAL EN EL MERCADO.

>LOS CANALES UTILIZADOS PARA LA COLOCACIÓN DEL PRODUCTO EN EL MERCADO.

>LAS PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LA FUERZA DE VENTAS.

>LAS PRINCIPALES ACCIONES DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA EMPRESA.

La lectura de este capítulo te permitirá obtener las siguientes conclusiones:

- **Los servicios que ofrecen estas empresas abarcan una amplia gama. Determinar los que vas a ofrecer constituye una decisión estratégica de gran importancia.**
- **Estas empresas fijan el precio del servicio por hora.**
- **Los factores principales a la hora de dar a conocer tus servicios en estas empresas son el *boca-oído* y el marketing directo.**

6.1.1. Producto.

¿Qué productos o servicios les puedo ofrecer a mis clientes?

Dentro de las ludotecas se pueden realizar distintas actividades, tal y como se muestra a continuación:

-Préstamo de libros y juguetes

-Programas realizados dentro del local: el método que se utiliza está basado en el juego. Se incluye los cuentacuentos, juegos tradicionales, música como terapia de aprendizaje, talleres, salidas o excursiones, etc.

-Actividades extraescolares: con las que se intenta compatibilizar el aprendizaje con la diversión. Dentro de estas actividades se pueden incluir talleres de juegos, manualidades, animación a la lectura, teatro, dibujo y pintura, globoflexia, deportes, cerámica, etc.

Determinar los servicios que vas a ofrecer constituye una decisión estratégica de gran importancia, ya que en base a su gama o calidad, podrás diferenciarte de la competencia.

6.1.2. Precio.

¿Qué aspectos debo tener en cuenta para establecer un precio?

¿Cuáles son los precios medios en la actividad?

¿Cómo fijo el precio de mis productos?

Existen varios aspectos a considerar para fijar el precio del servicio, que pueden variar dependiendo de tu elección. Sin embargo a raíz de las entrevistas realizadas, destaca que estas empresas establecen tarifas por hora.

También se pueden tener en cuenta algunos aspectos a la hora de fijar el precio de un servicio, como pueden ser:

-Precios de la competencia.

-Por el tipo de cliente: se fija un precio más bajo si el cliente se matricula el mes entero.

En estas empresas el precio medio por hora de servicio es de 3 euros. Además puedes establecer distintas tarifas en función de si los niños van la semana o el mes entero (bono semanal, bono mensual), si prefieren un ticket de mañana o de tarde, o si acuden varios miembros de la unidad familiar o si trae a alguien consigo, (bono familiar) al igual que si le añaden el servicio de comedor (4 euros).

Debes tener en cuenta que estos precios son orientativos y que deberías consultar los de tu entorno.

La mayor parte de las empresas entrevistadas, cree que un ligero aumento en el precio de sus servicios no influiría negativamente en sus ingresos, debido a la calidad del servicio y a la fidelización de la clientela.

6.1.3. Distribución / Fuerza de ventas.

¿De qué alternativas dispongo para colocar el producto en el mercado?

¿Cómo se realiza la prestación del servicio?

Los clientes a los que te puedes dirigir son padres, los colegios y los ayuntamientos.

Podrás adoptar acuerdos con los colegios para realizar las actividades extraescolares. Ten en cuenta que si haces un buen trabajo, te servirá como recomendación en el caso de que los padres busquen actividades fuera del colegio.

También podrás establecer convenios con tu ayuntamiento para realizar actividades al aire libre en las vacaciones de verano o en otras instalaciones en las de invierno, como una alternativa al ocio de los niños.

Además, puedes dirigirte hacia los padres presentando tu actividad como un complemento a las actividades escolares o como una alternativa interesante en el caso de que los padres trabajen.

6.1.4. Promoción.

¿Cómo puedo dar a conocer mi empresa?

El primer paso para la estrategia de promoción es la creación de imagen corporativa, con la que darás a conocer tu empresa. Con esta imagen definirás lo que va a ser el aspecto interior y exterior del negocio, los procedimientos de trabajo, las herramientas de promoción, etc. Este tipo de trabajos puedes contratarlos a profesionales que se encargan de hacer el diseño de tu imagen, o bien puedes hacerlo tú.

Según los datos obtenidos a través de las entrevistas, a la hora de dar a conocer los servicios los factores más importantes son el *boca-oído* y el marketing directo, esto es promoción a través de buzoneo, folletos, visitas comerciales.

Debes tener en cuenta que los colegios pueden actuar como prescriptores, recomendando tus servicios a los padres y madres que busquen actividades complementarias para sus hijos.

A continuación se presenta una tabla en la que destacan los elementos de comunicación más utilizados por estas empresas:

Cuadro 14: Elementos de comunicación utilizados por las ludotecas, Comunidad Valenciana, 2006 (%).

Conceptos	% sobre la muestra
Buzoneo	60
Reparto folletos	33,33
Visitas comerciales	33,33
Tarjetas	26,67
Páginas web	26,67
Rótulo en el exterior	20
Anuncios en radio	13,33
Anuncios en televisión	13,33
Anuncios en directorios comerciales	13,33
Papel impreso con el logotipo del local	6,67
Anuncios en Internet	6,67
Anuncios en periódicos	6,67
Catálogos	6,67

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de entrevistas

Como se puede observar en la tabla, el elemento más utilizado es el buzoneo, que es utilizado por el 60% de los entrevistados, ya que es una forma de actuar directamente sobre los posibles clientes.

Otros elementos también utilizados son el reparto de folletos, las visitas comerciales, las tarjetas y la creación de webs (representan una forma adecuada de presentar los servicios), que pueden ayudar a la captación de clientes potenciales. Los demás elementos, como rótulos en el exterior o anuncios en radio, son utilizados en menor medida pero no por ello menos eficaces.

Como herramientas de promoción, las que se muestran a continuación son las más frecuentes entre los entrevistados.

Cuadro 15: Herramientas de promoción utilizadas por las ludotecas, Comunidad Valenciana, 2006 (%).

CONCEPTO	% sobre la muestra
Descuento por volumen de horas	60
Bonos	26,67
Descuento si se lleva a más de un niño	20
Regalo de material lúdico	6,67
Paquetes de servicios lúdicos	6,67

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de entrevistas

Como se observa en el cuadro anterior, la herramienta más utilizada es el descuento por volumen de horas, que implica una reducción del precio cuanto mayor es el número de horas que el niño permanece en la ludoteca.

Otras herramientas que podrías utilizar serían hacer descuentos a través de tickets, bonos semanales, bonos mensuales o descuentos por volumen de familiares o regalar una hora gratis en el momento de la matrícula.

6.2. Análisis económico-financiero.

La lectura de este apartado te permitirá conocer:

>LAS INVERSIONES NECESARIAS PARA EL INICIO DE TU ACTIVIDAD.

>LAS PARTIDAS DE GASTOS MÁS IMPORTANTES PARA EL DESARROLLO DE TU ACTIVIDAD. LA ESTRUCTURA DE LA CUENTA DE RESULTADOS.

>LAS FUENTES DE FINANCIACIÓN MÁS UTILIZADAS POR ESTE TIPO DE EMPRESAS.

La lectura de este capítulo te permitirá obtener las siguientes conclusiones

- Del total de las inversiones iniciales, las partidas más importante son el acondicionamiento del local y la compra de material para ejercer la actividad.
- Según los datos obtenidos en las entrevistas, los gastos variables representan el 8% del volumen de facturación.
- La facturación de la empresa tipo está por encima del punto muerto o umbral de rentabilidad, lo que le permite la obtención de beneficios.

6.2.1. Inversiones.

¿Qué desembolsos tengo que hacer para iniciar la actividad?

Este apartado recoge los elementos del patrimonio destinados a servir de forma duradera en la actividad de la empresa. El siguiente cuadro recoge las partidas más importantes para iniciar esta actividad. El cálculo estimativo está basado en una empresa de las características descritas en el apartado 2 Descripción de la Actividad y Perfil de la Empresa-tipo de la presente Guía.

En estas empresas, las inversiones iniciales serían:

Cuadro 16: Inversiones estimadas (euros).

CONCEPTO	IMPORTE
Mobiliario	12.000,00
Material (equipamiento lúdico)	9.000,00
Acondicionamiento del local	17.600,00
Equipos informáticos	1.200,00
Gastos de constitución del primer establecimiento	1.500,00
Total	41.300,00

Fuentes: Elaboración propia a partir de datos de entrevistas

En la partida de mobiliario se recoge la adquisición de mesas y sillas para que los niños realicen las actividades educativas, y estanterías para colocar los libros y los juguetes.

Dentro de la partida material se recoge el importe de la compra de libros, juguetes y diversos materiales para la realización de manualidades u otras actividades culturales, recreativas o deportivas, que son necesarios para poder iniciar la actividad.

En la inversión en acondicionamiento del local se recoge el gasto de las obras necesarias donde se va a prestar el servicio, que en este supuesto ascienden a 17.600 euros. El diseño de las puertas y las ventanas responderá a criterios de funcionalidad y seguridad, y los servicios higiénicos deben ser adecuados a la edad de los niños, así como debe contar con un aseo, dos inodoros y dos piletas como mínimo.

La inversión en equipos para proceso de información incluye el coste de un ordenador personal y de dispositivos necesarios.

En gastos de constitución y primer establecimiento se incluye el importe necesario para las licencias y la tramitación necesaria para iniciar la actividad.

6.2.2. Gastos.

¿Cuáles son los gastos anuales medios de la actividad?

En este apartado se va a hacer referencia a los desembolsos necesarios a los que deberás hacer frente para el ejercicio de la actividad. Es posible que el primer año las ventas no sean las esperadas y, por lo tanto, los ingresos sean escasos y difícilmente compensen los gastos. Por eso, es conveniente que realices un ejercicio de previsión sobre el número de meses durante los que se puede producir la situación expuesta y, en consecuencia, cuentes con fuentes de financiación suficientes para afrontar el desfase económico temporal entre ingresos y gastos.

En este tipo de actividad se van a diferenciar los gastos variables, es decir aquellos que dependen directamente del volumen de producción, de los fijos, aquellos que se mantienen más o menos constantes.

Según los datos obtenidos de las entrevistas, los gastos variables para estas empresas representan el 8% del volumen de facturación.

Aplicando este porcentaje al volumen de facturación estimado en el apartado 6.2.3 Previsión de ingresos, los gastos variables estimados, para ese nivel de facturación, serían de 8.083,2 euros, aproximadamente.

El siguiente cuadro muestra los gastos que se consideran fijos, independientemente del volumen de trabajo:

Cuadro 17: Gastos fijos anuales estimados (euros).

CONCEPTO	IMPORTE
Gastos de personal (sueldo + SS)	49.864,00
Alquileres	10.800,00
Suministros*	2.580,00
Comunicaciones**	1.440,00
Publicidad	1.000,00
Servicios de profesionales independientes	2.400,00
Gastos financieros***	1.342,25
Seguros	1.800,00
Amortizaciones	3.912,00
Total	75.138,25

Incluye: luz y aguaIncluye: teléfono, fax e Internet***El emprendedor financia el 50% de la inversión con un préstamo de 20.650 euros al 6,5%. Fuente: Elaboración propia a partir de datos de entrevistas*

Todos estos gastos los debes considerar como orientativos, pues estarán en consonancia con la formulación que hagas de tu negocio.

La partida de gastos de personal en estas empresas incluye el salario bruto (catorce pagas) más los gastos de Seguridad Social, que ascienden a 1.000 euros para el emprendedor y 800 euros para cada uno de los trabajadores fijos, que en este caso son: una profesora en educación infantil y una monitoria de tiempo libre. Además se contará con un monitor de tiempo libre adicional para los tres meses de verano, a estas cantidades habrá que suma también la seguridad social a cargo de la empresa.

En estas empresas, la partida de suministros engloba el gasto en agua y en electricidad, y la de comunicaciones, el importe corresponde al teléfono y al fax.

La partida de publicidad recoge el gasto en la realización de una cuña de radio, tarjetas informativas, promoción en la revista del ayuntamiento, etc.

Entre los gastos en servicios de profesionales independientes en estas empresas se incluye el gasto anual de asesoría laboral, fiscal y contable, principalmente, y de asistencia técnica, de prevención de riesgos laborales y de servicios legales, en menor medida.

Los gastos financieros incluyen los intereses anuales de un préstamo al tipo de interés del 6,5%, que financia la mitad de las inversiones iniciales.

La partida de amortización incluye el gasto anual por depreciación del inmovilizado, utilizando el método de amortización lineal y el coeficiente lineal máximo según las tablas fiscales.

Cuadro 18: Tabla de amortización.

Concepto	Coefficiente lineal máximo (%)	Período máximo (años)
Mobiliario	10	20
Acondicionamiento del local	12	18
Equipos para procesos de información	25	8
Gastos de constitución y primer establecimiento	20	5

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de A.E.A.T.

6.2.3. Previsión de ingresos.

¿Cómo puedo realizar una previsión de ventas?

Partiendo de los datos obtenidos en las entrevistas realizadas, la previsión de ingresos se ha hecho teniendo en cuenta el precio medio por hora y el número medio de niños que acuden al día.

En esta actividad el número de niños que acuden a una ludoteca varía. Así, durante el periodo escolar habrá más niños durante la tarde, lo mismo que durante las vacaciones escolares y el sábado.

Una estimación sobre el ingreso que se obtiene durante una **semana (5 días)** durante el período escolar, sería la siguiente:

$$20 \text{ niños al día} \times 3 \text{ horas} = 60 \text{ horas diarias}$$

$$60 \text{ horas diarias} \times 3 \text{ euros/hora} = 180 \text{ euros diarios}$$

$$180 \text{ euros diarios} \times 5 \text{ días} = 900 \text{ euros a la semana}$$

$$900 \text{ euros semanales} \times 40 \text{ semanas} = \mathbf{36.000 \text{ euros}}$$

Para los **sábados** se calcularía de la siguiente forma:

$$10 \text{ niños} \times 4 \text{ horas} = 40 \text{ horas diarias}$$

$$40 \text{ horas diarias} \times 3 \text{ euros/hora} = 120 \text{ euros diarios}$$

$$120 \text{ euros al día} \times 52 \text{ días} = \mathbf{6.240 \text{ euros al año}}$$

Durante las **vacaciones escolares** sería la siguiente:

$$50 \text{ niños} \times 6 \text{ horas} = 300 \text{ horas diarias}$$

$$300 \text{ horas diarias} \times 3 \text{ euros/hora} = 900 \text{ euros diarios}$$

$$900 \text{ euros diarios} \times 5 \text{ días} = 5.400 \text{ euros semanales}$$

5.400 euros a la semana x 12 semanas = **54.000 euros al año**

Además durante el periodo vacacional se ofrece servicio de comedor que generará los siguientes ingresos:

20 niños/día x 4 euros/niños = 80 euros /día

80 euros diarios x 5 días = 400 euros semanales

400 euros a la semana x 12 semanas = **4.800 euros al año**

36.000 euros + 6.240 euros + 54.000 euros + 4.800 euros = **101.040 euros de facturación total**

Debes tener en cuenta que es una estimación sobre los ingresos y que estos datos pueden variar en función de la zona o del número de niños que logres captar.

Debe señalarse que en este caso no se han considerado las actividades extraescolares que también pueden ser realizadas por estos centros.

6.2.4. Estructura de la cuenta de resultados

¿Cómo determino el beneficio de la actividad?

Según las empresas entrevistadas, se ha estimado que el margen medio sobre ventas es del 92%, aunque debes tener en cuenta que puede variar de una actividad a otra. Teniendo en cuenta este dato y el nivel de gasto indicado en el epígrafe anterior, el volumen de ventas mínimo que la empresa tipo debería alcanzar para no incurrir en pérdidas sería de 81.672,01 euros. A partir de esa cifra el negocio comenzaría a dar beneficios.

Cuadro 19: Determinación del Punto Muerto.

Ingresos	81.672,01
Venta	81.672,01
Gastos Variables	6.533,76
Compra de mercaderías	6.533,76
Ingresos - Gastos Variables	75.138,25
Gastos Fijos	75.138,25
Resultado Bruto de Explotación	0

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de entrevistas

La capacidad de generar ingresos depende mucho de la zona de implantación, del tamaño de la empresa, de los servicios ofertados, del tipo de cliente, etc. Teniendo en cuenta esto debes analizar las posibilidades de obtener un volumen de facturación que te permita hacer rentable tu negocio.

A continuación, figura una sencilla cuenta de resultados que registra los ingresos y los gastos de la actividad estimados en los apartados anteriores.

Cuadro 20: Cuenta de resultados estimada (euros)

CONCEPTO	IMPORTE
INGRESOS	101.040,00
Ingresos de explotación	101.040,00
TOTAL GASTOS VARIABLES	8.083,20
Consumo de explotación	8.083,20
INGRESOS-GASTOS VARIABLES	92.956,80
TOTAL GASTOS FIJOS	75.138,25
Gastos de personal (sueldo + SS)	49.864,00
Alquileres	10.800,00
Suministros*	2.580,00
Comunicaciones**	1.440,00
Publicidad	1.000,00
Servicios de profesionales independientes	2.400,00
Gastos financieros***	1.342,25
Seguros	1.800,00
Amortizaciones	3.912,00
RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN	17.818,55
% sobre volumen de ventas	17,63%

*Incluye: luz y agua **Incluye: Teléfono, fax e Internet***El emprendedor financia el 50% de la inversión con un préstamo de 20.650 euros al 6,5%.Fuente: Elaboración propia a partir de datos de entrevistas

6.2.5. Financiación

¿Qué alternativas tengo para obtener el dinero que necesito?

Una vez determinadas las inversiones necesarias para la puesta en marcha, la estructura financiera de la empresa se ampara, inicialmente, en las cantidades aportadas por el propietario. En el caso de que no fuesen suficientes, se recurrirá al financiamiento ajeno hasta completar las necesidades.

Existen diversos productos para la financiación de la actividad. En principio, se puede distinguir entre los bancarios (productos ofertados por los bancos, como son los descuentos, préstamos, pólizas de crédito, etc.) y los no bancarios (reúnen características especiales, como el crédito que otorgan los proveedores a la empresa a través de los pagos aplazados, el renting, el leasing, el factoring, etc.).

Es imprescindible que conozcas sus características y la forma en la que actúan para identificar el producto financiero que más te conviene en cada situación.

En este supuesto, se consideró que los fondos propios y ajenos se reparten al 50%. El préstamo se concede con las siguientes condiciones: a un tipo de interés del 6,5% y con un plazo de amortización de 7 años. En estas empresas se calculó que la cantidad que se le solicitó a la entidad financiera es de 20.650 euros. Lógicamente, en el caso

de que se llevara a cabo otra presentación, el importe podría variar de manera significativa.

Debes tener en cuenta que en la medida en que puedas negociar con tus proveedores un pago aplazado en el tiempo, este importe te ayudará a financiar tu empresa, sobre todo al iniciar la actividad, ya que es una situación en la que necesitas disponer de todos cuantos recursos puedas.

A la hora de solicitar financiación para iniciar tu actividad empresarial, debes estudiar las fuentes de financiación existentes, entre las que cabe destacar las siguientes:

- Privadas: cajas y bancos
- Organismos Públicos (dedicados exclusivamente a la financiación como las competencias administrativas en materia de movimientos de capitales que recae en el Ministro de Economía y Hacienda, ejercida a través del Banco de España, de la Dirección General de Comercio e Inversiones (DGCI), y de la Dirección General del Tesoro y Política Financiera (DGTPF).).
- Instituto de Crédito Oficial (ICO).
- Instituto de la Mediana y Pequeña Industria Valenciana (IMPIVA).
- Instituto Valenciano de Finanzas (IVF)
- University Business Angels Network: UNIBAN (www.uniban.org).
- Lonja de Inversión (lonjadeinversion.emprenemjunts.es)

Por otro lado están las sociedades de garantía recíproca, como SGR (Sociedad de Garantía Recíproca de la Comunidad Valenciana; www.sgr.es), que tiene repartido sus delegaciones en cada provincia de la Comunidad Valenciana.

Por último, debes recordar que, si tienes acceso a alguna subvención ésta no se percibe en el momento de la solicitud sino que, lo normal, es que se demore en el tiempo. Por eso, debes prever ese desfase temporal entre el pago de las inversiones y el cobro de la subvención, durante el cual es probable que tengas que hacer frente a intereses derivados de un posible crédito bancario.

6.3. Recursos humanos.

La lectura del presente capítulo te permitirá conocer:

>EL PERFIL PROFESIONAL REQUERIDO PARA DESARROLLAR LA ACTIVIDAD.

>LA ESTRUCTURA ORGANIZATIVA Y LOS SERVICIOS EXTERIORES MÁS HABITUALES.

>EL CONVENIO COLECTIVO APLICABLE A LA ACTIVIDAD QUE CONSTITUYE LA NORMA BASE PARA LA REGULACIÓN DE LA RELACIÓN EMPRESATRAabajADOR (SALARIO, JORNADA, VACACIONES, ETC).

La lectura de este capítulo te permitirá obtener las siguientes conclusiones:

- **El perfil del emprendedor está relacionado con alguna de las siguientes titulaciones: pedagogía, psicopedagogía o magisterio.**
- **El empresario contrata a técnicos en jardín de infancia, educadores infantiles, y monitores de tiempo libre, para llevar a cabo las actividades lúdicas y educativas del centro.**
- **El profesional de una ludoteca pretende la potenciación del juego y favorecer las relaciones interpersonales de los niños.**

6.3.1. Perfil profesional

¿Qué cualidades debe tener el responsable de la actividad?

¿Cuál debe ser el perfil profesional de mis empleados?

Según el trabajo de campo realizado, se contemplan los siguientes cuadros formativos dentro de una ludoteca:

El coordinador suele estar en posesión de alguna de las siguientes titulaciones:

- Titulación superior en pedagogía, psicología o psicopedagogía.
- Titulación media en: magisterio o educación social.
- Ciclos formativos de grado superior en animación sociocultural o educación infantil. Técnico en jardín de infancia.

-Ciclos formativos de grado medio en actividades físicas y deportivas. Monitores de tiempo libre.

Estos profesionales poseen algunos de los títulos acreditativos que imparten las escuelas de tiempo libre, excepto los que estén en posesión de la titulación específica de animación sociocultural.

El monitor suele acreditar el título de bachillerato o de formación profesional de grado medio, con cursos de animación sociocultural e incluso título universitario.

En el caso de que el centro atienda a niños de dos años, el personal que esté a su cuidado está en posesión de alguna titulación específica de educación infantil.

Para este tipo de actividades debe existir personal especializado respetando el número de alumnos que pueden ser atendidos; y para ello determina unas ratios específicos.

- a) Niños menores de tres años: 1/15.
- b) Niños de tres a seis años: 1/25.
- c) Niños mayores de seis años: 1/30.

El perfil del emprendedor suele estar relacionado con alguna de las siguientes titulaciones: pedagogía, psicopedagogía o magisterio; pero no tiene formación en administración y gestión empresarial.

El pedagogo realiza actividades como, diseño de material didáctico, planificación de talleres, capacitación docente o atención a niños con necesidades específicas, entre otras.

El psicopedagogo lleva a cabo la formulación de los métodos didácticos y pedagógicos, necesarios para establecer las actividades lúdico-educativas.

El maestro facilita, a través de la actividad de la enseñanza, el aprendizaje del alumno, utilizando diferentes elementos, medios o recursos. Con el material didáctico facilita el aprendizaje significativo del alumno.

A pesar de ser perfiles profesionales distintos, unos y otros realizan indistintamente las actividades de coordinación y gestión de una ludoteca.

El empresario contrata a personal cualificado, adecuado a las edades y necesidades del niño y necesario para llevar a cabo las actividades lúdicas y educativas del centro. El emprendedor, según el trabajo de campo realizado, contrata preferentemente a animadores socioculturales, animadores infantiles, técnicos en educación infantil, técnicos de jardín de infancia y monitores de tiempo libre.

El animador sociocultural es el técnico que planifica, gestiona y coordina los programas sociales, culturales y de desarrollo comunitario.

El animador infantil, técnicos en educación infantil o técnicos en jardín de infancia programa y evalúa los procesos educativos y de atención a la infancia y las actividades destinadas a la atención de sus necesidades básicas.

Los monitores de tiempo libre o monitores deportivos se ocupan del diseño, programación, puesta en marcha y evaluación de actividades educativas, deportivas y socioculturales, para la infancia y la juventud en el tiempo libre.

El profesional de una ludoteca pretende la potenciación del juego como eje fundamental del aprendizaje, así como favorecer las relaciones interpersonales de los niños.

6.3.2. Estructura organizativa

¿Cómo debe estar organizada la empresa?

¿Qué funciones le corresponden a cada uno?

La estructura organizativa de una ludoteca dependerá de los servicios prestados, del número de niños y del número de profesionales necesarios para desarrollar la actividad.

El cuadro de personal de la ludoteca tipo cuenta con 1 emprendedor y 2 trabajadoras que desarrollan su actividad en diversas áreas:

- **Coordinador:** El emprendedor realiza la planificación, programación y gestión de todas las actividades lúdicas, educativas o sociales. Además realiza funciones de animador o formador. También se encarga de la contratación de personal, de la compra de material y de la atención al cliente.
- **Trabajadoras:** Las animadoras se ocuparán del diseño, programación, puesta en marcha y evaluación de actividades lúdicas, educativas y creativas dirigidas a los niños.

La formación de los trabajadores de una ludoteca ha de ser cualificada y especializada, pues estos centros organizan juegos orientados a niños de edades similares que, a través de la interacción y la cooperación, se desarrollan física, emocional y cognitivamente.

6.3.3. Servicios exteriores

¿Qué funciones se delegan en empresas externas?

El emprendedor contrata la gestión de los temas laborales, contables y fiscales a una asesoría.

También es recomendable que al inicio de la actividad consideres la posibilidad de contratar un servicio externo que diseñe tu imagen corporativa y que elabore tu página web, en caso de que consideres interesante realizar esta inversión.

6.3.4. Convenios colectivos aplicables

¿Existe algún convenio colectivo específico que regule la actividad en materia laboral?

No existe ningún convenio colectivo que regule específicamente la actividad de las ludotecas.

La relación empresa-trabajador (salario, jornada, vacaciones, etc.) se acoge al VII Convenio Colectivo de Enseñanza y Formación no Reglada, Boletín Oficial del Estado (BOE) nº. 102, de 29 de abril de 2011.

Este Convenio afecta a todas las empresas privadas que se dediquen a impartir enseñanza y formación no reglada, según establece la Ley Orgánica 1/1990.

6.4. Recomendaciones.

- Es recomendable que, desde el punto de vista de la demanda, emplaces la ludoteca en núcleos urbanos próximos a centros culturales, sociales, instalaciones deportivas o centros educativos.
- A la hora de elegir una ubicación para tu establecimiento debes valorar la existencia en la zona de otras actividades o servicios que pueden satisfacer la misma necesidad que cubren las ludotecas: centros de ocio infantil, guarderías, servicios de atención educativa al niño, ludotecas sin ánimo de lucro..., pues en zonas donde existe una gran oferta de negocios de este tipo la demanda de tu empresa se verá reducida. Asimismo, debes analizar si se trata de un ámbito donde existe una alta tasa de personas / parejas que compartan la zona de residencia con familiares y que deleguen en ellos el cuidado de sus niños, pues esta posibilidad puede actuar como un importante sustitutivo de tus servicios.
- Los padres carecen de tiempo para jugar con sus hijos por necesidades laborales, y es por ello que la ludoteca debe ser concebida como una fórmula alternativa que combina el juego y la educación.
- La atención al niño, la profesionalidad y el trato cercano y cordial son aspectos clave para generar confianza en la clientela. Deberás implantar un sistema de funcionamiento y gestión organizado con el que logres transmitir a los padres una diferenciación de tu servicio a través de la calidad.
- Los ludotecarios deben ser trabajadores que tengan una formación adecuada y así disponer de todos los recursos necesarios para realizar las actividades lúdico-educativas, teniendo siempre presente el desarrollo integral del niño.
- Si como emprendedor realizas la función de coordinador de la ludoteca, debes llevar a cabo la planificación, programación y gestión de todas las actividades lúdicas, educativas o sociales y contratar a un animador para que se ocupe del diseño, programación, puesta en marcha y evaluación de dichas actividades.
- El incremento y diversificación de la oferta de servicios de las ludotecas es una oportunidad de negocio que deberías aprovechar, complementando el servicio de atención a niños en el local con la organización y ejecución de actividades extraescolares para los centros educativos, actividades de animación socio-cultural en asociaciones o instituciones diversas, etc. La experiencia en este ámbito ofrece una garantía en el servicio muy valorada por los clientes.
- Se recomienda que, dentro de lo posible, intentes ampliar y diversificar tu estructura empresarial para hacerla más operativa. Un sistema de gestión desarrollado, con un personal debidamente cualificado, te permitirán evolucionar con más facilidad, y competir en mercados más amplios.
- Si no tienes conocimientos relacionados con marketing, creación y gestión de empresas es recomendable que asumas un proceso formativo previo que te posicione en un punto más favorable para iniciar esta experiencia empresarial. En la Guía de Recursos, editada por los CEEI de la Comunidad Valenciana, encontrarás herramientas que te pueden ayudar en estas áreas.

- Establece acuerdos y convenios con el ayuntamiento y los colegios para realizar distintas actividades, tanto las extraescolares como las realizadas al aire libre en las vacaciones de verano o en otras instalaciones en las de invierno.
- La ludoteca es una actividad profesional regulada en la Comunidad Valenciana por la Ley 14/2010, de 3 de diciembre, de la Generalitat, por el que se regulan las ludotecas dentro de espectáculos públicos, actividades recreativas y establecimientos públicos. Y se establecen sus requisitos de funcionamiento, por ello debes tener presente todas las disposiciones que establece esta norma para poder abrir tu establecimiento.

7. VARIOS.

7.1. Normas sectoriales de aplicación.

La creación de una ludoteca está sujeta a los trámites ordinarios de constitución de un negocio, que puedes consultar en la Guía de Recursos, que pertenece a esta misma colección, y está disponible en formato web (www.guiasceei.com).

En la Comunidad Valenciana, es de aplicación la ley 14/2010, de 3 de diciembre, de la Generalitat, por el que se regulan las ludotecas como espectáculos públicos, actividades recreativas y establecimientos públicos y se establecen sus requisitos, publicado en el Diario Oficial de la Generalitat Valenciana (DOGV) el 10 de diciembre de 2010, número 6414.

El contenido principal de esta norma determina el objeto, definición y ámbito de aplicación, competencia, requisitos materiales, personales y funcionales, autorizaciones, inspecciones y régimen sancionador de las ludotecas. Esta Ley obliga a estos centros a tener suscrita una póliza de seguros de responsabilidad civil, que garantice la cobertura de las indemnizaciones a los usuarios y siniestros del edificio, así como un seguro que cubra las actividades externas del centro, en el caso de que las hubiera.

Otras normas que el emprendedor puede consultar son la Ley 5/1997, de 25 de junio, de la Generalitat Valenciana, por la que se regula el Sistema de Servicios Sociales en el Ámbito de la Comunidad Valenciana, o la Ley 7/1994, de 5 de diciembre, de la Infancia y La Orden de 14 de mayo de 1991, de Estatuto aplicable a los Centros de Atención a la Infancia y Juventud, públicos o concertados con la administración autonómica.

Existe legislación europea sobre seguridad en las áreas de juego infantil y en los juguetes, por lo que el emprendedor debe consultar los contenidos de las normas UNE (Norma 172001 del 2004, equipamiento y gestión de las áreas de juego).

Las ludotecas, al igual que cualquier otra empresa están obligadas a cumplir la legislación existente en materia de Prevención de Riesgos Laborales. Puedes consultar la Ley de Prevención de Riesgos Laborales y algunas normas posteriores que la desarrollan, en la Guía de Recursos, que pertenece a esta misma colección, y está disponible en formato web (www.guiasceei.com)

7.2. Organismos.

En la Guía de Recursos, que pertenece a esta misma colección, y está disponible en formato web (www.guiasceei.com), puedes consultar un amplio listado de organismos a nivel valenciano y estatal de tipo genérico que pueden resultarte de ayuda a la hora de iniciar tu actividad.

7.2.1. Organismos oficiales e instituciones.

IMPIVA.

Valencia

Pl. del Ayuntamiento, 6
46002 VALENCIA
Tel.: 96 398 62 00
Fax: 96 398 62 01

Alicante

Churruca, 29
03003 Alicante
Tel.: 96 515 20 00

Castellón

Avda. Hermanos Bou, 47
12003 Castellón
Tel.: 96 422 03 71

Web: www.impiva.es

CONSELLERÍA DE JUSTICIA Y BIENESTAR SOCIAL (Direcciones Territoriales).

Valencia

Servicio de Gestión Administrativa
Avda. Barón De Carcer, 36
46001 - Valencia
Tel.: 96 386 67 50
Fax: 96 394 06 42

Castellón

Servicio de Gestión Administrativa
Avda. Hermanos Bou, 81
12073 - Castellón
Tel.: 96 472 62 30
Fax: 96 472 62 04

Alicante

Servicio de Gestión Administrativa
Teatro, 37 - 39
03001 - Alicante
Tel.: 96 593 69 30 / 96 593 69 40

Web: <http://www.bsocial.gva.es/portal/portal>

CONSELLERIA DE ECONOMÍA, INDUSTRIA Y COMERCIO (Direcciones territoriales).

Castellón

Caballeros, 8
23009 Castellón
Tel.: 96 435 80 00
Fax: 96 435 79 01

Valencia

Gregorio Gea, 27
46009 Valencia
Tel.: 96 386 60 00
Fax: 96 386 68 06

Alicante

Churruca, 29
03003 Alicante
Tel.: 96 593 40 00
Fax: 96 593 48 01

CONSELLERIA DE EDUCACIÓN, FORMACIÓN Y EMPLEO (Direcciones territoriales).

Castellón

Av. Hnos. Bou 47
12003 Castelló De La Plana
Tel.: 96 386 60 00

Valencia

Av. Campanar, 32
46015 Valencia
Tel.: 96 386 65 00
Fax: 96 349 05 75

Alicante

Carratalá 47
3007 Alicante
Tel.: 9638660

Web: www.cult.gva.es

INSTITUTO VALENCIANO DE LA JUVENTUD (IVAJ).

IVAJ – UNIDAD TERRITORIAL DE ALICANTE

Rambla de Méndez Núñez, 41
03002 Alicante
Tel.: 012
Fax: 966 478 109
E-mail: alicante_ivaj@gva.es

INSTITUT VALENCIÀ DE LA JOVENTUT (IVAJ)

De L'hospital, 2-2^a
46001 Valencia
Tel.:012
Fax: 963 985 914
E-mail: infoivaj@gva.es

UNITAT TERRITORIAL DE CASTELLÓ (IVAJ)

Dels Orfebres Santalínea, 2
12005 Castellón de la Plana
Tel.: 012
Fax: 96 435 79 99
E-mail: castellon_ivaj@gva.es

Web: www.ivaj.es

MINISTERIO DE EDUCACION (ITE)

Instituto de Tecnologías Educativas.
Torrelaguna, 58
28027 Madrid.
Tel.: 91 377 83 00
Fax: 91 368 07 09
Web: www.ite.educacion.es

7.2.2. Asociaciones profesionales.

En este apartado se te facilita una lista de las distintas asociaciones relacionadas con tu actividad que hay en la Comunidad Valenciana y en España:

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FABRICANTES DE JUGUETES (AEFJ)

CLa Ballaora, 1
03440 IBI (Alicante)
Tel.: 96 655 11 76
Fax: 96 655 02 75
Web: www.aefj.es/index.php

FUNDACIÓN CRECER JUGANDO

Pasaje Nicolauets,1
03440 IBI (Alicante)
Tel.: 96 655 49 80
Fax: 96 655 02 75
Web: www.crecerjugando.org/index2.html

ASOCIACIÓN DE LUDOTECARIOS Y LUDOTECARIAS DE CATALUÑA (ATZAR)

Av. Portal de l'Àngel 7 4rt V,
08002 Barcelona
Tel: 93 317 60 45
atzar@retemail.es

ASOCIACIÓN MUNDIAL DE EDUCADORES INFANTILES

Averroes 3,
28007 Madrid, España
Tel. 91-501-8754
Fax 91-501-8746
E-mail: info2@waece.org
Web: www.waece.org

FEDERACIÓN DE SINDICATOS INDEPENDIENTES DE ENSEÑANZA (FSIE)

Bravo Murillo, 305
28020 Madrid
Tel. 91 571 67 45
E-mail: info@fsie.es
Web: www.fsie.es

ASOCIACIÓN DE ESCUELAS INFANTILES DE VALENCIA (ADEIV)

Palleter, 11, Bajo
46940 Valencia
Tel.: 96 385 96 55/ 902 10 40 48
Fax: 91 550 01 22
E-mail: adeiv@adeiv.com
Web: http://www.adeiv.com/index_f.htm

ASOCIACIÓN VALENCIANA DE ORIENTACIÓN Y PSICOPEDAGOGIA (AVOP).

Apdo. de correos 626
46080 Valencia
E-mail: Jose.Benavent@uv.es
Web: <http://www.uv.es/avop/index.htm>

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE ORIENTACIÓN Y PSICOPEDAGOGÍA (AEOP).

Elvira Repetto
Núñez de Balboa, 90, 2º
28006 MADRID
E-mail: aeop.rop@edu.uned.es
Web: <http://www.uned.es/aeop/>

CONFEDERACION ESTATAL DE MOVIMIENTOS DE RENOVACIÓN PEDAGÓGICA (MRP).

Federació de MRP del País Valencià
C.P. Sant Jaume
Carrer Ecce Homo, s/n
ALMOINES (VALÈNCIA)
E-mail: fmrppv@fmrppv.org
Web: <http://www.fmrppv.org/index.htm>

SOCIEDAD ESPAÑOLA DE PEDAGOGÍA (SEP)

Calle Vitruvio, 8
28006 Madrid
Tel.: 91 561 48 39
E-mail: sep2000@teleline.es
Web: <http://www.uv.es/soespe>

ASOCIACIÓN INTERNACIONAL DE EDUCADORES SOCIALES

Oficina Europea
Aragó, 141-143, 4º planta
08015 Barcelona
Web: <http://www.aieji.net>

ASOCIACIÓN ESTATAL DE EDUCACIÓN SOCIAL (ASEDES)

Aragón 141-143 4ª Planta
08015 Barcelona
Tel.: 93 452 10 08 – 93 452 10 08
E-Mail: asedes@eduso.net
Web: <http://www.eduso.net/asedes/index.htm>

ASOCIACIÓN PROFESIONAL DE EDUCADORES SOCIALES DEL PAIS VALENCIANO (APESPV)

Cajeros, nº 2, 3º, pta 6.
46001 - Valencia.
Tel/Fax: 963 913 559
E-mail: apespv@wanadoo.es
Web: <http://perso.wanadoo.es/apespv/>

COL·LEGI OFICIAL D'EDUCADORES I EDUCADORS SOCIALS DE LA COMUNITAT VALENCIANA (COEESCV)

Cajeros, nº 2, 3º, pta 6.
46001 - Valencia.
Tel.: 963 913 559
Fax: 963 153 013
E-mail: coeescv@coeescv.net
Web: <http://www.coeescv.net>

CONSELL DE LA JOVENTUT D'ALACANT (CJA)

Labradores 14, tercera planta
03002 Alicante
Tel.: 96 514 96 98
E-mail: cja@cjalacant.net
Web: www.cjalacant.net

CONSELL DE LA JOVENTUT DE LA COMUNITAT VALENCIANA (CJCV)

Llanterna, 26
46001 València
Tel.: 96 351 01 20
E-mail: cjcv@cjcv.org
Web: <http://www.cjcv.org/>

7.2.3. Centros de estudios.

En la Guía de Recursos, que pertenece a esta misma colección y está disponible en formato web (www.guiasceei.com), puedes consultar un listado de programas formativos genéricos que pueden ser de interés para ti a la hora de crear una ludoteca.

A continuación se ofrece una relación de los centros de la Comunidad Valenciana donde se pueden cursar los estudios relacionados con tu actividad:

UNIVERSIDAD DE ALICANTE

-Facultad de Educación:

Licenciado en Psicopedagogía

Maestro, especialidad de Educación Infantil

Maestro, especialidad de Educación Primaria

Maestro, especialidad de Educación Física

Maestro, especialidad de Educación Musical

Carretera San Vicente del Raspeig, S/N
03690 San Vicente del Raspeig, Alicante
Tel.: 965 90 37 08
Fax: 965 90 38 27
E-mail: Facu.educacio@ua.es
Web: <http://educacio.ua.es/es/>

UNIVERSIDAD DE ELCHE

-Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Elche

Licenciado en Psicología

Avda. de la Universidad s/n
03202 Elche
Tel.: 96 665 87 92
Fax: 96 665 86 14
Web: <http://www.umh.es/frame.asp?url=/menu.asp?estudios>

UNIVERSIDAD DE VALENCIA

-Escuela Universitaria de Magisterio "Ausàs March":

Maestro, especialidad de Educación Infantil

Maestro, especialidad en Educación Primaria

Maestro, especialidad de Educación Musical

Maestro, especialidad de Educación Infantil -ONT-

Maestro, especialidad de Educación Especial

Alcalde Reig 8

Apartat Correus 22045

46071 València

Tel.: 96 386 48 96

Fax: 96 386 44 87

Web: <http://www.uv.es/magisteri>

-Facultad de Filosofía y Ciencias de la Educación:

Licenciado en Pedagogía

Diplomado en Educación Social

Licenciado en Psicopedagogía

Avda. Blasco Ibáñez, 30

46010 Valencia

Tel.: 96 386 41 00

Fax: 96 386 40 83

E-mail: fac.filosofia@uv.es

Web: <http://www.uv.es/filoeduc>

-Facultad de Psicología:

Licenciado en Psicología

Avda. Blasco Ibáñez, 21

46010 Valencia

Tel.: 96 386 46 81

Fax: 96 386 44 70

E-mail: Fac.Psicologia@uv.es

Web: <http://www.uv.es/psicologia>

-Facultad de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte:

Licenciado en Educación Física

Gascó Oliag nº 3
46010 Valencia
Tel.: 96 386 43 43
Fax: 96 386 43 65
Web: <http://www.uv.es/fcafe>

UNIVERSIDAD DE CASTELLÓN (JAUME I)

-Facultad de Ciencias Humanas y Sociales:

Licenciatura en Psicología

Licenciatura en Psicopedagogía

Diplomatura en Maestro/a, especialidad de Educación Física

Diplomatura en Maestro/a, especialidad de Educación Infantil

Diplomatura en Maestro/a, especialidad de Educación Musical

Diplomatura en Maestro/a, especialidad de Educación Primaria

Campus de Riu Sec
CP: 1207,1
Tel.: 96 472 98 16
E-mail: fchs@uji.es
Web: www.uji.es

ESCUELA ANIMADORES JUVENILES DE LA GENERALITAT VALENCIANA (EAJ)

-La formación de formadores en el tiempo libre, actividades formativas específicas para al profesorado de las escuelas de formación de animadores juveniles en tiempo libre reconocidos y homologados en la Comunidad Valenciana.

PROGRAMA D'ANIMACIÓ JUVENIL. ALACANT
Rambla de Méndez Núñez, 41
03002 Alicante
Tel.: 96 647 81 00
Fax: 96 647 81 09
E-mail: eaj_ivaj@gva.es

PROGRAMA D'ANIMACIÓ JUVENIL. VALÈNCIA

De l'hospital, 2-2ª
46001 Valencia
Tel.: 96 398 59 57
Fax: 96 398 59 14
e-mail: eaj@ivaj.gva.es

PROGRAMA D'ANIMACIÓ JUVENIL. CASTELLÓ

Dels Orfebres Santalínea, 2
12005 Castellón de la Plana
Tel.: 964 357 980
Fax: 964 357 999
E-mail: eaj_ivaj@gva.es

Web: www.ivaj.es

A través de la **Fundación Universidad Empresa (ADEIT)** puedes encontrar diversos diplomas formativos en materia de educación:

Institut Universitari de la Creativitat i Innovacions Educatives

Diploma El Juego y la Educación. Formación del Ludotecario. 17ª Edición
Blasco Ibañez 32.
Tel.: 96 386 41 32
E-mail: iucie@uv.es.

Departament d'Educació Comparada i Història de l'Educació Colegio Oficial de Educadoras y Educadores Sociales de la Comunidad Valenciana

Diploma de Teatro en la Educación: Las Estrategias Dramáticas en la enseñanza y en la Intervención Sociocultural. 3ª
Paz Cánovas Leonhardt, Flor Hoyos Alarte, Joan Mª Senent Sánchez
46001 Valencia
Tel.: 963983933
E-mail adeit.uv.es/postgrado

Departament d'Educació Comparada i Història de l'Educació Colegio Oficial de Educadoras y Educadores Sociales de la Comunidad Valenciana

Diploma de Mediación en la Intervención Socioeducativa. 4ª Edición.
Paz Cánovas Leonhardt, Flor Hoyos Alarte, Joan Mª Senent Sánchez
46001 Valencia
Tel.: 963983933
E-mail adeit.uv.es/postgrado

Ciclos Formativos de grado medio y superior de la Comunidad Valenciana:

Dentro de la familia formativa de Actividades Físicas y Deportivas, se imparten los siguientes ciclos:

Grado medio de Conducción de actividades físicas y deportivas en el medio natural.

ALICANTE

IES Montserrat Roig
Carlet, 2
03206 Elx, Alicante
Tel.: 96 543 90 48

IES Haygon
Av. Haygon, 50
03690 Sant Vicent del Raspeig, Alicante
Tel.: 96 567 28 75

IES Mare Nostrum
Delfina Viudes, s/n
03183 Torrevieja, Alicante
Tel.: 96 670 78 98

CASTELLÓN

IES Violant de Casalduch
Av. de Castellón, s/n
12560 Benicàssim
Tel.: 96 430 39 55

VALENCIA

IFPS Num. 2
Cr. de Madrid, s/n
46380 Cheste, Valencia
Tel.: 96 252 55 63

IES Institut Educacio Secundaria
Carlet, s/n
46610 Guadassuar, Valencia
Tel.: 96 257 21 22

IES Num. 4
Cl. Sequia de Favara, 2
46920 – Mislata, Valencia
Tel.: 96 383 61 01

IES Jorge Juan
Abogado Fausto Caruana, s/n
46520 Sagunt, Valencia
Tel.: 96 266 22 16

IES Conselleria
Av. Campanar, 34
46015 Valencia
Tel.: 96 347 50 17

IES Districte Maritim
Av. Balears, 62
46023 Valencia
Tel.: 96 330 87 70

Grado superior de Animación de actividades físicas y deportivas.

ALICANTE

IES Lope de Vega
Av. del Doctor Severo Ochoa, 9
03503 Benidorm, Alicante
Tel.: 96 585 41 50

IES Maria Ibars
Cm. del Llavador, s/n
03700 Dénia, Alicante
Tel.: 96 578 04 89

IES Montserrat Roig
Carlet, 2
03206 Elx, Alicante
Tel.: 96 543 90 48

IES Haygon
Av. Haygon, 50
03690 Sant Vicent del Raspeig, Alicante
Tel.: 96 567 28 75

IES Mare Nostrum
Delfina Viudes, s/n
03183 Torreveija, Alicante
Tel.: 96 670 78 98

CASTELLÓN

IES Violant de Casalduch
Av. de Castellón, s/n
12560 Benicàssim, Castellón
Tel.: 96 430 39 55

VALENCIA

IES La Devesa
Cl. Camino Depósitos, 16
46240 Carlet, Valencia
Tel.: 96 253 09 63

IES Florida, Centre E.Secundari-Tecnic Prof.
Pd. del Secanet, s/n
46470 Catarroja, Valencia
Tel.: 96 122 03 82

IFPS Num. 2
Cr. de Madrid, s/n
46380 Cheste, Valencia
Tel.: 96 252 55 63

Centre F.P. Edetania
Cl. Sacre Cor, 5
Tel.: 96 363 74 12
46110 Godella, Valencia

IES Num. 4
Cl. Sequia de Favara, 2
46920 – Mislata, Valencia
Tel.: 96 383 61 01

IES Jorge Juan
Cl. Abogado Fausto Caruana, s/n
46520 Sagunt, Valencia
El Puerto Sagunto
Tel.: 96 266 22 16

IES Manuel Sanchís Guarner
Cl. Cid Campeador, 2
46460 Silla, Valencia
Tel.: 96 120 14 12

IES Conselleria
Av. Campanar, 34
46015 Valencia
Tel.: 96 347 50 17

IES Districte Maritim
Av. Balears, 62
46023 Valencia
Tel.: 96 330 87 70

Dentro de la familia profesional de Actividades Físicas y Deportivas aparece el Ciclo medio de Conducción de actividades físicas y deportivas en el medio natural, en la que se pueden ejercer ocupaciones de: Acompañador de montaña, Guía de turismo ecuestre, Guía de itinerarios con bicicleta, Coordinador de actividades de conducción/guía en empresas turísticas o entidades públicas o privadas de actividades en la naturaleza, Promotor de actividades de conducción/guía en clubs o asociaciones.

Estos ciclos tan solo son ofertados, en la actualidad, por dos centros de formación profesional, en Valencia, así que es recomendable que conozcas su existencia para mejorar tu formación.

Dentro de la familia formativa de Servicios socioculturales a la comunidad, se imparten los siguientes ciclos:

Grado medio de Atención sociosanitaria.

ALICANTE

IES Batoi
La Serreta, 5
03802 Alcoi, Alicante
Tel.: 96 533 16 86

IES Valle de Elda
Cr. De Sax, 37
03600 Elda, Alicante
Tel.: 96 698 23 23

IES Victoria Kent
Joan Fuster, 4
03203 Elx, Alicante
Tel.: 96 542 63 92

IES Gabriel Miró
Av. del Doctor García Rogel, s/n
03300 Orihuela, Alicante
Tel.: 96 530 13 97

CASTELLÓN

IES Joan Coromines
P. Marítim,5
12580 - BENICARLÓ
Tel.: 96 447 23 55

IES Ramon Cid
Pg. Poligono Escolar, s/n
12580 Benicarló, Castellón
Tel.: 96 447 17 06

IES Francesc Ribalta
Av. Rei en Jaume, 35
12001 Castellón de la Plana
Tel.: 96 421 04 88

San Cristobal II
San Jorge del Maestrazgo, 2-4
12003 Castelló de la Plana
Tel.: 96 422 87 58

VALENCIA

IES Eduardo Primo Marques
Corbella, 141
46240 Carlet
Tel.: 96 253 05 25

IES Veles e Vents
Cullera, 135
46730 Gandia
Tel.: 96 284 41 29

IFPS Faitanar
Cl. Xiquet de Quart, s/n
46930 Quart de Poblet, Valencia
Tel. : 96 154 17 11

IES Num. 1
Pz. Juan Grandia, 1
46340 Requena
Tel.: 96 230 14 03

Centre F.P. C.A.J.
Doctor Domagk, 1
46006 Valencia
Tel.: 96 373 21 99

Centre F.P. Pax
Espinosa, 5
46008 Valencia
Tel.: 96 391 33 94

IES Jordi de Sant Jordi
Alcalde Gisbert Rico, 24
46013 Valencia
Tel.: 96 374 85 11

IES Num. 27
Casa de la Misericordia, 34
46014 Valencia
Tel.: 96 359 40 88

Grado superior de Animación sociocultural.

ALICANTE

IES Figueras Pacheco
Fernando Madroñal, 35
03007 Alacant
Tel.: 96 528 33 44

IES Batoi
La Serreta, 5
03802 Alcoi
Tel.: 96 533 16 86

IES Valle de Elda
De Sax, 37
03600 Elda
Tel.: 96 698 23 23

IES Victoria Kent
Joan Fuster, 4
03203 Elx
Tel.: 96 542 63 92

IES La Malladeta
Diputada Angela Llinares, 1
03570 La Vila Joiosa
Tel.: 96 589 06 50

IES Gabriel Miró
Av. del Doctor García Rogel, s/n
03300 Orihuela, Alicante
Tel.: 96 530 13 97

CASTELLÓN

IES Ramon Cid
Pg. Poligono Escolar, s/n
12580 Benicarló
Tel.: 96 447 17 06

IES Francesc Ribalta
Av. Rei en Jaume, 35
12001 Castellón de la Plana
Tel.: 96 421 04 88

IES Gilabert de Centelles
San Vicente, s/n
12520 Nules, Castellón
Tel.: 96 467 01 84

VALENCIA

IES Eduardo Primo Marques
Corbella, 141
46240 Carlet
Tel.: 96 253 05 25

IES Berenguer Dalmau
Av. Blasco Ibañez, s/n
46470 Catarroja
Tel.: 96 126 03 62

IES Veles e Vents
Cullera, 135
46730 Gandia, Grau i Platja
Tel.: 96 284 41 29

Centre F.P. Edetania
Sacre Cor, 5
46110 Godella
Tel.: 96 363 74 12

Institut Educacio Secundaria
Av. del Poliesportiu Municipal, 14
46183 L'Elia
Tel.: 96 274 42 50

IFPS Faitanar
Xiquet de Quart, s/n
46930 Quart de Poblet
Tel. : 96 154 17 11

IES Num. 1
Pz. Juan Grandia, 1
46340 Requena
Tel.: 96 230 14 03

Centre F.P. Escuela Profesional Xavier
Pintor Lopez, 8
46003 Valencia
Tel.: 96 391 82 00

Centro de Estudios Garcia Broch
Pedro III el Grande, 46
46005 Valencia
Tel.: 96 373 20 57

IES Jordi de Sant Jordi
Alcalde Gisbert Rico, 24
46013 Valencia
Tel.: 96 374 85 11

IES Jose de Ribera
Academic Maravall, 15
46800 – Xàtiva
Tel.: 96 227 34 11

Grado superior de Interpretación de la lengua de signos.

ALICANTE

Centro F.P. Centro Polivalente Social y Educativo
San Lorenzo, 19
03003 Alicante
Tel.: 637 12 43 18

VALENCIA

Centre F.P. Edetania
Sacre Cor, 5
46110 Godella
Tel.: 96 363 74 12

IES Num. 27
Casa de la Misericordia, 34
46014 Valencia
Tel.: 96 359 40 88

Grado superior de Integración social.

ALICANTE

IES Figueras Pacheco
Fernando Madroñal, 35
03007 Alacant
Tel.: 96 528 33 44

IES Victoria Kent
Joan Fuster, 4
03203 Elx
Tel.: 96 542 63 92

CASTELLÓN

IES Francesc Ribalta
Av. Rei en Jaume, 35
12001 Castellón de la Plana
Tel.: 964210488

VALENCIA

IES Berenguer Dalmau
Av. Blasco Ibañez, s/n
46470 Catarroja
Tel.: 96 126 03 62

Luis Amigo
Cr. de Betera, s/n
46110 Godella
Tel.: 963637354

Centre F.P. C.Estudios Rodrigo-Giorgeta
Albacete, 37
46007 Valencia
Tel.: 96 380 35 57

Centre F.P. Pax
Espinosa, 5
46008 Valencia
Tel.: 96 391 33 94

IES Jordi de Sant Jordi
Alcalde Gisbert Rico, 24
46013 Valencia
Tel.: 96 374 85 11

IES Num. 27
Casa de la Misericordia, 34
46014 Valencia
Tel.: 96 359 40 88

Grado superior de Educación infantil.

ALICANTE

IES Figueras Pacheco
Fernando Madroñal, 35
03007 Alacant
Tel.: 96 528 33 44

IES Batoi
La Serreta, 5
03802 Alcoi
Tel.: 96 533 16 86

IES Valle de Elda
De Sax, 37
03600 Elda
Tel.: 96 698 23 23

IES Victoria Kent
Joan Fuster, 4
03203 Elx
Tel.: 96 542 63 92

San Jose de Calasanz
Doctor Ferran, 2
Tel.: 96 544 98 36
03201 Elx

IES La Malladeta
Diputada Angela Llinares, 1
03570 La Vila Joiosa
Tel.: 96 589 06 50

IES Xebic
Cm. de la Mar, s/n
03760 Ondara
Tel.: 966476901

IES Gabriel Miró
Av. del Doctor García Rogel, s/n
03300 Orihuela
Tel.: 96 530 13 97

CASTELLÓN

IES Ramon Cid
Pg. Poligono Escolar, s/n
12580 Benicarló
Tel.: 96 447 17 06

IES Francesc Ribalta
Av. Rei en Jaume, 35
12001 Castellón de la Plana
Tel.: 964210488

San Cristobal II
San Jorge del Maestrazgo, 2-4
12003 Castelló de la Plana
Tel.: 96 422 87 58

IES Gilabert de Centelles
San Vicente, s/n
12520 Nules
Tel.: 96 467 01 84

VALENCIA

IES José Segrelles
Av. de Josep Giner i Marco, 5
46860 Albaida
Tel.: 96 239 08 57

Centre F.P. La Safor, Coop.V.
Sant Marc, 10
46722 Beniarjó
Tel.: 96 280 01 45

IES Eduardo Primo Marques
Corbella, 141
46240 Carlet
Tel.: 96 253 05 25

IES Berenguer Dalmau
Av. Blasco Ibañez, s/n
46470 Catarroja
Tel.: 96 126 03 62

IES Veles e Vents
Cullera, 135
46730 Gandia, Grau i Platja
Tel.: 96 284 41 29

Centre F.P. Edetania
Sacre Cor, 5
46110 Godella
Tel.: 96 363 74 12

Institut Educacio Secundaria
Av. del Poliesportiu Municipal, 14
46183 L'eliana
Tel.: 96 274 42 50

IES
Av. Corts Valencianes, 31
46530 Puçol
Tel.: 96 142 04 40

IFPS Faitanar
Xiquet de Quart, s/n
46930 Quart de Poblet
Tel.: 96 154 17 11

IES Num. 1
Pz. Juan Grandia, 1
46340 Requena
Tel.: 96 230 14 03

Madre Sacramento
Av. País Valencia, 170
46900 Torrent, Valencia
Tel.: 96 155 15 71

Centre F.P. B&S Formación
Av. Antic Regne de Valencia, 62
46005 Valencia
Tel.: 96 374 66 82

Centre F.P. C.Estudios Rodrigo-Giorgeta
Albacete, 37
46007 Valencia
Tel.: 96 380 35 57

Centre F.P. Instituto Inter
Doctor Gil y Morte, 17
46007 Valencia
Tel.: 96 380 87 64

Centro de Estudios Garcia Broch
Pedro III el Grande, 46
46005 Valencia
Tel.: 96 373 20 57

IES Num. 27
Casa de la Misericordia, 34
46014 Valencia
Tel.: 96 359 40 88

Juan Comenius
Musico Jarque Cuallado, 9
46009 Valencia
Tel.: 96 346 70 57

IES Jose de Ribera
Academic Maravall, 15
46800 Xàtiva
Tel.: 96 227 34 11

Para obtener más información puedes consultar las siguientes páginas web:

Consellería de Educación, Formación y Empleo: <http://www.edu.gva.es/es/>

Ministerio de Educación: <http://www.educacion.gob.es/portada.html>

7.3. Bibliografía.

-CAMPOS MARTÍN A., TORRE MOSTAZA J. M. y JIMÉNEZ SECO, M.: "Espacios socioeducativos para menores". Madrid: Ayuntamiento de Madrid, Área de Servicios Sociales, 2001.

-BORJA I SOLÉ M.: "Las ludotecas: instituciones de juego". Barcelona: Octaedro, 2000.

-GIACONE E. y SCHIAVETTA M.: "Un juego al día (1 y 2): 183 juegos de grupo para todos los gustos y edades". Madrid: CCS, 2001.

-ASOCIACIÓN PRO DERECHOS HUMANOS. SEMINARIO DE EDUCACIÓN PARA LA PAZ: "La alternativa del juego I y II: juegos y dinámicas de educación para la paz". Madrid: Los Libros de la Catarata, 1995.

-ARRIBAS L.: "Actividades lúdicas: el juego, alternativa de ocio para jóvenes". Madrid: Popular, 1995.

-LÓPEZ MATA LLANA M. y VILLEGAS SALDAÑA J.: "Organización y dinamización de ludotecas". Madrid: CCS, 1995.

-BADÍA D. Y VILA M.: "Juegos de expresión oral y escrita". Barcelona: Grao de Serveis Pedagògics, 1994.

-FUNDACIÓN CRECER JUGANDO: Revistas; "El juego y el juguete en la educación infantil", "El valor de los juguetes y el juego": Asociación Española de Fabricantes de Juguetes, 1997, 2000.

-FUNDACIÓN CRECER JUGANDO: Boletines "Tiempo de juego", Boletín nº1 y nº2: Fundación Crecer Jugando, Diciembre 1999, Febrero 2000

-JUGUETE SEGURO: "Las Ludotecas". Barcelona: ATZAR, 2005

7.4. Glosario

En la guía de recursos, que pertenece a esta misma colección, y está disponible en formato web (www.guiasceei.com), puedes consultar un glosario específico sobre la creación de empresas que puede ser de interés para comprender adecuadamente los distintos conceptos utilizados a lo largo de esta guía.

- **Actividades extraescolares:** Son aquellas que se realizan con el alumnado fuera del tiempo lectivo. En la planificación de dichas actividades se definen los objetivos, los responsables, el momento, el lugar de realización, la forma de participación del alumnado y el coste.
- **Animación sociocultural:** Conjunto de acciones destinadas a impulsar la participación de las personas en una determinada actividad, y especialmente en el desarrollo de programas sociales, culturales y de fomento comunitario.
- **Campamento de verano:** Residencia veraniega para vacaciones infantiles, generalmente en el campo o en la playa.
- **Centros de ocio:** Local dedicado a la diversión infantil, que ofrece servicios, como celebrar fiestas recibir visitas de grupos escolares, o servicio a los padres y madres que opten por dejar a los niños en el parque como servicio de canguro.
- **Educación social:** Disciplina que desarrolla la educación no formal, educación de adultos, inserción social de personas, así como la acción socioeducativa en general.
- **Granja-escuela:** Lugar donde los niños puedan conocer y comprender el medio natural mediante la realización de actividades relacionadas con el cuidado de los animales y las plantas.
- **Guardería:** Centro de Educación Infantil en el que se cuida y atiende a los niños cuyas edades se encuentran entre los 0 y los 3 años.
- **Ludoteca:** Centro infantil de tiempo libre que pone a disposición de los niños una colección de juguetes para ser utilizados en el mismo local o para ser tomados en préstamo. Estas instituciones recreativoculturales están pensadas para los niños y su misión es desarrollar la personalidad de éstos mediante el juego, ofreciendo los materiales necesarios (juguetes, material lúdico y juegos).
- **Pedagogía:** Ciencia que se ocupa de la educación y la enseñanza a través de actividades como, diseño de material didáctico, planificación de talleres, capacitación docente o atención a niños.
- **Psicopedagogía:** Rama de la psicología que se ocupa de los fenómenos de orden psicológico para llegar a una formulación más adecuada de los métodos didácticos y pedagógicos.
- **Taller creativo:** Actividad que desarrolla acciones relacionadas con la lectura, juegos y actividades lúdicas diversas y destinados a niños.

7.5. Fuentes.

A continuación te indicamos algunas de las fuentes de información que están a tu disposición y en las que podrás encontrar datos sobre el sector, con el cual se halla íntimamente relacionada tu actividad:

- Consellería de Justicia y Bienestar Social.
- Consellería de Educación, Formación y Empleo
- Ministerio de Educación
- Ministerio de Trabajo e Inmigración
- Instituto de la Mujer
- Instituto Valenciano de la Juventud (IVAJ)
- Ley 14/2010, de 3 de diciembre, de espectáculos públicos, actividades recreativas y establecimientos públicos, donde se enmara la actividad ludotecaria. Diario Oficial de la Generalitat Valenciana (DOGV) 10 de diciembre de 2010, número 6414.
- Repertorio Legislativo de la Comunidad Valenciana (RLGV)
- Instituto Valenciano de Estadística (IVE)
- Instituto Nacional de Estadística (INE)

8. ANEXOS.

8.1. Anexo de información estadística de interés.

0400 Contexto sectorial.

A continuación se muestra un cuadro con la evolución de la tasa de natalidad por Comunidad Autónoma.

Cuadro 0400.1: Tasa de natalidad por comunidad autónoma, 2005-2009, (nacidos por 1000 habitantes).

	2005	2006	2007	2008	2009
Andalucía	11,87	12,14	12,02	12,37	11,57
Aragón	9,29	9,70	9,99	10,46	9,90
Asturias, Principado de	7,06	7,18	7,39	7,762	7,76
Balears, Illes	11,24	11,69	11,58	12,00	11,20
Canarias	10,42	10,47	9,77	10,02	9,08
Cantabria	9,50	9,33	9,48	10,25	9,72
Castilla y León	7,85	7,97	8,05	8,50	8,13
Castilla - La Mancha	10,13	10,68	10,69	11,50	10,95
Cataluña	11,62	11,75	11,72	12,27	11,69
Comunitat Valenciana	11,05	11,24	11,29	11,53	10,43
Extremadura	9,33	9,43	9,27	9,94	9,54
Galicia	7,76	7,86	7,97	8,46	8,23
Madrid, Comunidad de	11,79	12,01	12,24	12,61	12,05
Murcia, Región de	13,15	13,39	13,35	13,54	12,78
Navarra, Comunidad Foral de	10,52	11,06	10,97	11,51	11,09
País Vasco	9,34	9,45	9,66	9,96	9,79
Rioja, La	10,20	10,12	10,57	11,21	10,52
Ceuta, Ciudad Autónoma de	14,91	14,55	15,82	16,10	15,86
Melilla, Ciudad Autónoma de	15,16	16,74	16,25	18,05	18,07

Fuente: Ine. Indicadores Demográficos Básicos

El siguiente cuadro muestra la evolución del número de hijos por mujer en los países de la Unión Europea en los últimos años.

Cuadro 0400.2: Indicador coyuntural de fecundidad de países, 2004-2009 de Europa (número medio de hijos por mujer).

	2004	2005	2006	2007	2008	2009
EU 27
EU 25
Bélgica	1,7	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8
Bulgaria	1,3	1,3	1,4	1,4	1,5	1,6
República Checa	1,2	1,3	1,3	1,4	1,5	1,5
Dinamarca	1,8	1,8	1,9	1,9	1,9	1,8
Alemania	1,4	1,3	1,3	1,4	1,4	1,4
Estonia	1,5	1,5	1,6	1,6	1,7	1,6
Irlanda	2	1,9	1,9	2	2,1	..
Grecia	1,3	..	1,4	1,4	1,5	1,5
España (1)
Francia	1,9	1,9	2	2	2	2
Italia	1,3	1,3	1,4	1,4	1,4	1,4
Chipre	1,5	1,4	..	1,4	1,5	..
Letonia	1,2	1,3	1,4	1,4	1,5	1,4
Lituania	1,3	1,3	1,3	1,4	1,5	1,6
Luxemburgo	1,7	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6
Hungría	1,3	1,3	1,4	1,3	1,4	1,3
Malta	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4
Países Bajos	1,7	1,7	1,7	1,7	1,8	1,8
Austria	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4
Polonia	1,2	1,2	1,3	1,3	1,4	1,4
Portugal	1,4	1,4	1,4	1,3	1,4	1,3
Rumania	1,3	1,3	1,3	1,3	1,4	1,4
Eslovenia	1,3	1,3	1,3	1,4	1,5	1,5
Eslovaquia	1,2	1,3	1,2	1,3	1,3	1,4
Finlandia	1,8	1,8	1,8	1,8	1,9	1,9
Suecia	1,8	1,8	1,9	1,9	1,9	1,9
Reino Unido	1,8	1,8	1,9	1,9	2	1,9
Croacia	1,4	1,4	1,4	1,4	1,5	..
Macedonia	1,5	1,5	1,4	1,5
Turquía	2,2	2,2	2,2	2,2	2,1	2,1
Islandia	2	2,1	2,1	2,1	2,1	..
Liechtenstein	1,5	1,5	1,4	1,4	1,4	1,6
Noruega	1,8	1,8	1,9	1,9	2	2
Suiza	1,4	1,4	1,4	1,5	1,5	1,5
Albania	1,8	1,8	1,4	1,3	1,4	..

Fuente: INE. EUROSTAT

El siguiente cuadro muestra la evolución en la tasa de actividad por sexo y Comunidad Autónoma

Cuadro 0400.3: Tasa de actividad por comunidad autónoma y sexo, 2008-2010, (%).

2008	Total	2009	Total	2010	Total
Varones		Varones		Varones	
Total Nacional	72,54	Total Nacional	70,19	Total Nacional	71,70
Andalucía	68,77	Andalucía	67,62	Andalucía	67,46
Aragón	68,34	Aragón	66,95	Aragón	65,33
Asturias (Principado de)	60,31	Asturias (Principado de)	59,10	Asturias (Principado de)	58,05
Balears (Illes)	71,93	Balears (Illes)	72,78	Balears (Illes)	71,36
Canarias	70,56	Canarias	70,87	Canarias	69,49
Cantabria	66,19	Cantabria	64,22	Cantabria	63,36
Castilla y León	63,86	Castilla y León	63,22	Castilla y León	63,01
Castilla - La Mancha	68,68	Castilla - La Mancha	68,29	Castilla - La Mancha	68,11
Cataluña	71,91	Cataluña	69,97	Cataluña	70,02
Comunidad Valenciana	70,26	Comunidad Valenciana	69,61	Comunidad Valenciana	67,93
Extremadura	64,47	Extremadura	63,30	Extremadura	64,39
Galicia	63,31	Galicia	62,14	Galicia	61,47
Madrid (Comunidad de)	73,01	Madrid (Comunidad de)	72,61	Madrid (Comunidad de)	72,08
Murcia (Región de)	72,54	Murcia (Región de)	70,19	Murcia (Región de)	71,70
Navarra (Comunidad Foral de)	69,27	Navarra (Comunidad Foral de)	67,32	Navarra (Comunidad Foral de)	67,10
País Vasco	66,44	País Vasco	64,51	País Vasco	64,59
Rioja (La)	69,63	Rioja (La)	68,51	Rioja (La)	67,72
Ceuta y Melilla	68,67	Ceuta	66,43	Ceuta	65,58
Melilla	66,03	Melilla	61,65	Melilla	63,61
Mujeres		Mujeres		Mujeres	
Total Nacional	51,38	Total Nacional	51,70	Total Nacional	52,60
Andalucía	48,28	Andalucía	49,42	Andalucía	50,30
Aragón	50,93	Aragón	50,70	Aragón	50,68
Asturias (Principado de)	45,56	Asturias (Principado de)	44,77	Asturias (Principado de)	45,38
Balears (Illes)	55,66	Balears (Illes)	56,21	Balears (Illes)	57,43
Canarias	52,02	Canarias	54,98	Canarias	54,74
Cantabria	48,15	Cantabria	48,20	Cantabria	48,29
Castilla y León	45,88	Castilla y León	46,17	Castilla y León	47,53
Castilla - La Mancha	45,85	Castilla - La Mancha	47,00	Castilla - La Mancha	48,12
Cataluña	55,07	Cataluña	54,83	Cataluña	56,04
Comunidad Valenciana	53,09	Comunidad Valenciana	52,94	Comunidad Valenciana	52,74
Extremadura	42,82	Extremadura	43,71	Extremadura	45,39
Galicia	48,23	Galicia	48,07	Galicia	46,00
Madrid (Comunidad de)	57,74	Madrid (Comunidad de)	57,32	Madrid (Comunidad de)	59,09

Murcia (Región de)	51,01	Murcia (Región de)	51,09	Murcia (Región de)	53,95
Navarra (Comunidad Foral de)	62,14	Navarra (Comunidad Foral de)	52,25	Navarra (Comunidad Foral de)	52,56
País Vasco	50,36	País Vasco	50,77	País Vasco	51,61
Rioja (La)	50,49	Rioja (La)	51,46	Rioja (La)	51,08
Ceuta	45,77	Ceuta	42,93	Ceuta	42,08
Melilla	33,64	Melilla	42,53	Melilla	43,48

Fuente: INE

0500 Mercado.

A continuación se muestra un cuadro con la evolución poblacional infantiles de cada provincia de la Comunidad Valenciana.

Cuadro 0500.1: Población infantil por provincias de la Comunidad Valenciana, 2010.

Hombres	Alicante	Castellón	Valencia
0-4	50.368	17.012	71.427
5-9	49.253	15.391	66.020
10-14	46.713	14.445	60.337
Mujeres	Alicante	Castellón	Valencia
0-4	46.993	16.062	67.252
5-9	46.114	14.981	62.480
10-14	44.541	13.670	57.038

Fuente: IVE

8.2. Anexo de proveedores.

En esta actividad existen dos tipos de proveedores: los proveedores de material lúdico y educativo.

A continuación, te proporcionamos una serie de referencias que te orientarán en la búsqueda de proveedores para tu negocio:

1. Se ha comprobado que en directorios comerciales tales como QDQ y Páginas Amarillas, tanto en soporte electrónico como en papel, puedes encontrar proveedores situados en tu zona.

- Europages: Es un directorio comercial de negocios en el que puedes encontrar empresas proveedoras de todas las actividades de casi todos los países. La versión electrónica es www.europages.com.
- Otros: Páginas en la Comunidad Valenciana: <http://www.gva.es>, www.ivex.es, etc.

2. Publicaciones especializadas:

- www.profes.net: web que incluye la Revista Digital Timonel, que contiene noticias, monográficos, etc. sobre el sector educativo.
- <http://www.ludomecum.com/>:Página web especializada en juegos y juguetes infantiles, con más de 700 productos de las marcas y fabricantes más conocidos.
- <http://www.marinva.es/home.htm>:Es una empresa especializada en el diseño y realización de proyectos educativos y propuestas de comunicación, dinamización y ocio, donde el juego en todas sus facetas y las nuevas tecnologías tienen un papel destacado
- www.ojd.es: Puedes encontrar otras revistas especializadas de interés en la página web de la Oficina de Justificación de la Difusión, dedicada al control de la difusión de medios de comunicación.

3. Asociaciones (de la propia actividad o de profesionales). En ellas puedes informarte sobre proveedores para tu negocio. La página web del ICEX (www.icex.es) cuenta con una base de datos de asociaciones (asoc.).

Además, hemos constatado que en las siguientes asociaciones facilitan direcciones de proveedores:

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FABRICANTES DE JUGUETES (AEFJ)

La Ballaora, 1
03440 IBI (Alicante)
Tel.: 96 655 11 76
Fax: 96 655 02 75
Web: <http://www.aefj.es/index.php>

ASOCIACIÓN DE LUDOTECARIOS Y LUDOTECARIAS DE CATALUÑA (ATZAR)

Av. Portal de l'Àngel 7 4rt V,
08002 Barcelona
Tel.: 93 317 60 45
E-mail: atzar@retemail.es

ASOCIACIÓN ESTATAL DE EDUCACIÓN SOCIAL (ASEDES)

Aragón 141-143 4ª Planta
08015 Barcelona
Tel.: 93 452 10 08/ 93 452 10 08
E-Mail: asedes@eduso.net
Web: <http://www.eduso.net/asedes/index.htm>

ASOCIACIÓN PROFESIONAL DE EDUCADORES SOCIALES DEL PAIS VALENCIANO (APESPV)

Cajeros, nº 2, 3º, pta 6.
46001 Valencia.
Tel/Fax: 96 391 35 59
E-mail: apespv@wanadoo.es
Web: <http://www.eduso.net/red/apespv.htm>

COL·LEGI OFICIAL D'EDUCADORES I EDUCADORS SOCIALS DE LA COMUNITAT VALENCIANA (COEESCV)

Cajeros, nº 2, 3º, pta 6.
46001 Valencia.
Tel: 96 391 35 59
Fax: 96 315 30 13
E-mail: coeescv@coeescv.net
Web: www.coeescv.net

ASOCIACIÓN VALENCIANA DE ORIENTACIÓN Y PSICOPEDAGOGIA (AVOP)

Apdo. de correos 626
46080 Valencia
E-mail: Jose.Benavent@uv.es
Web: <http://www.uv.es/avop/index.htm>

CONFEDERACION ESTATAL DE MOVIMIENTOS DE RENOVACIÓN PEDAGÓGICA (MRP)

Federació de MRP del País Valencià
C.P. Sant Jaume
Carrer Ecce Homo, s/n
Almoínés (Valencia)
E-mail: fmrppv@fmrppv.org
Web: <http://www.fmrppv.org/index.htm>

4. Portales:

- www.pequenet.com/enlaces/index.asp: Espacio educativo y lúdico para niños/as de 5 a 12 años.
- www.educasites.net: Guía de recursos educativos en internet
- www.educateca.com: Portal web educativo con acceso a más de ochenta mil recursos de todas las áreas educativas
- www.orientared.com: Portal de recursos para la orientación psicopedagógica que utiliza Internet como medio de difusión y desarrollo.
- www.eduso.net: Eduso es un servicio de los colectivos de Educadores Sociales que pretende ser un lugar de encuentro, diálogo, apoyo, dinamización, reflexión, de las personas y entidades vinculadas a la Educación Social.
- <http://www.educared.net/>: Programa que impulsa el uso de Internet en la educación, está impulsado por la Fundación Telefónica, Telefónica y una mayoría de organizaciones del mundo educativo en la que se encuentran las principales Asociaciones profesionales, Confederaciones de padres y Sindicatos.
- <http://chaval.red.es/index.html>: Es una iniciativa puesta en marcha por Red.es, empresa del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. De acuerdo con su compromiso de fomentar el uso adecuado de la tecnología y la confianza en Internet, el portal quiere dar respuesta a la necesidad de encontrar en la Red contenidos fiables y de calidad adaptados a los niños.
- <http://familiayeducacion.wordpress.com/>: Es un portal dirigido a las familias y profesionales de la educación.

Puedes encontrar una relación más amplia sobre distintos portales educativos en la sección de enlaces del Instituto de Tecnologías Educativas, dependiente del Ministerio de Educación, en la siguiente dirección web: <http://www.ite.educacion.es/>

5. Bases de datos: existen varias bases de datos de empresas clasificadas por sectores, como son las de la Cámara de Comercio (www.camaras.org), Ardan (consorcio da Zona Franca de Vigo, www.ardan.es) y otras bases de datos privadas.

8.3. Anexo de ferias.

En este apartado se incluye una lista de los eventos más significativos a nivel nacional e Internacional relacionados con la actividad.

NOMBRE	LOCALIDAD	DESCRIPCIÓN
FEJU	Valencia	Feria Internacional del Juguete y del Juego
INTERDIDAC	Madrid	Salón Internacional del Material Educativo
EXPO/OCIO	Madrid	Feria del Tiempo Libre
CUCALOCUM	Fira de Lleida	Salón de la Infancia y la Juventud /anual
FEDUCA	Ferias Jaén	Feria Interactiva, Didáctica y del Ocio /
FER INTERAZAR	Ifema / Feria de Madrid	Feria Internacional del Juego
FERIA DA INFANCIA E XUVENTUDE	MEGAXOVE - OURENSE	Feria de la Infancia y de la Juventud
PLANETA GC	Infecar / Institución ferial de Canarias - las Palmas de Gran Canaria	Feria infantil
FERIA INFANTIL NAVIDAD	Feria de Zaragoza	Feria infantil
FESTIFERIA	Fexdega / Fund. Galicia - Vilagarcíade Arousa	Feria de Fiestas y Espectáculos. Exposición de Productos del Sector
FESTIVAL DE LA INFANCIA	Fira de Barcelona	Festival de la Infancia
GALINFANCIA	Fexdega / Fund. Galicia - Vilagarcíade Arousa	Feria de Ocio Infantil
JUGARAMA	Ciudad Real	Feria de la Infancia y la Juventud
JUVEÁNDALUS	Feria de Muestras de Armilla (Granada)	Feria de la Juventud e Infancia /
MERCAPLANA	Feria Int Muestras de Asturias - GIJON (Asturias)	Salón de Navidad para la Infancia y la Juventud
NAVIVAL	Feria de Valladolid, Inst. Ferial Castilla y León	Salón de la Infancia /
OCIO NADAL	Fimo / Consorcio Pro-Ferias y Exposiciones - Ferrol (La Coruña)	Salón de la Juventud. Ocio Infantil. Actividades y Entretenimiento
PARC INFANTIL DE NADAL	Fira de Reus - Reus (Tarragona)	Parque de Navidad de Reus /
PIN - Parque Infantil de Navidad	Fira de Girona - Girona	Parc Infantil de Nadal
PIT	Institución Ferial de Tenerife - Santa Cruz de Tenerife	Parque Infantil y Juvenil de Tenerife

Para obtener más información sobre ferias internacionales puedes consultar, entre otros, el portal de Internet www.expo24-7.com.

8.4. Reflexiones para hacer el estudio de mercado.

A continuación, incluimos una serie de puntos que debes considerar en el análisis del mercado, ya que pueden condicionar la estrategia comercial a desarrollar.

Teniendo en cuenta las características de tu servicio y el público al que has pensado dirigirte:

- ¿Sabes cuántas empresas están operando en la actualidad?, ¿dónde están?, ¿qué servicios ofertan?, ¿qué características tienen? (Ver apartado 4 Contexto sectorial, apartado 5.2.1 Análisis de las empresas competidoras, 5.2.1.1 Número de empresas y su distribución territorial).
- ¿Sabes dónde vas a situar tu negocio?, ¿has encontrado una zona bien comunicada?, ¿hay facilidad para aparcar? (Ver apartado 5.1.1 Tamaño de mercado).
- ¿Cuál es el tamaño de tu mercado?, ¿cómo vas a hacer la evaluación de las ventas para el primer año?, ¿te has puesto en contacto con empresas como la tuya que actúen en otra zona?, ¿conoces a las empresas competidoras para analizar su oferta, precio, etc.?, ¿les has preguntado a los proveedores de la actividad los precios de compra y la evolución y tendencias del mercado? (Ver apartado 5.1.1 Tamaño de mercado).
- ¿Existe alguna característica o características que te permitan definir un cliente tipo?, ¿cómo vas a segmentar tu mercado? (Ver apartado 5.1.1 Tamaño de mercado).
- ¿Crees que tu establecimiento aporta algún elemento diferenciador de otros existentes en el mercado?, ¿por qué crees que el cliente va a comprar tus servicios?, ¿has realizado una primera aproximación a los servicios que deberá contener tu cartera? (Ver apartado 5.3 Situación actual y previsiones para el futuro).
- ¿Has localizado proveedores adecuados? (Ver apartado 5.2.4 Proveedores y su poder de negociación y 8.2 Anexo de proveedores).
- ¿Cumples los requisitos asociados a calidad, precio, etc. de los clientes?, ¿has localizado tus posibles clientes?, ¿qué tipo de persona demanda los servicios que vas a ofrecer?, ¿qué necesidades tiene?, ¿cuáles son las razones por las que elige tu empresa frente a otras alternativas?, ¿te vas a dirigir a particulares o también a empresas? (Ver apartado 5.2.5 Poder de negociación de los clientes y apartado 6.1.1 Producto).
- ¿Sabes el precio de este tipo de servicios?, ¿has determinado los criterios a partir de los que vas a fijar los precios?, ¿vas a utilizar el precio como una variable de diferenciación? (Ver apartado 6.1.2 Precio).
- ¿Has desarrollado un método de venta eficaz? (Ver apartado 6.1.3 Distribución/ Fuerza de ventas).

- ¿Cómo vas a promocionar y dar a conocer tu ludoteca?, ¿has valorado cuánto te va a costar en tiempo y dinero?, ¿cuáles crees que serán las herramientas promocionales más efectivas? (Ver apartado 6.1.4 Promoción).
- ¿Qué servicios demandan los clientes que has escogido como objetivo de tu actividad?, ¿sabes si existen negocios similares en tu zona?, ¿cuál es la cuota de mercado de tus competidores?, ¿cuál es la estrategia seguida por tu competencia: producto, precio, imagen, etc.?, ¿cómo te piensas diferenciar de la competencia? (Ver apartado 5.2.2 Análisis de los competidores y apartado 5.2.3 Productos sustitutivos. Consulta también directorios comerciales y obtén información de tus clientes potenciales sobre la existencia de otras empresas).
- ¿Cuentas con personas con el perfil necesario para poner en marcha tus ideas comerciales? (Puedes consultar las demandas de empleo en las oficinas locales del Servef).
- ¿Has realizado una previsión de ingresos?, ¿qué factores has analizado?, ¿tienes horas, días, meses o épocas de mayor volumen de ventas? (Ver apartado 6.2. Análisis económico-financiero).
- ¿Has analizado cómo vas a financiar las inversiones necesarias para comenzar en la actividad? (Ver apartado 6.2.5 Financiación).
- ¿Conoces las características de funcionamiento de una ludoteca?, ¿has calculado el tiempo que transcurrirá entre la apertura de tu negocio y su funcionamiento normal?, ¿has pensado cómo hacer frente, mientras tanto, a los gastos fijos que vas a tener? (Ver apartado 6.2 Análisis económico- financiero).
- ¿Has pensado si debes comercializar tus servicios bajo marca propia?, ¿por qué? En caso afirmativo, ¿has valorado lo que te va a costar en tiempo y en dinero? (El importe, los trámites y costes los puedes conocer en la Oficina Central de Patentes y Marcas en Madrid).

8.5. Factores que influyen en el tamaño del mercado.

FACTORES	IMPORTANCIA		FUENTES DE INFORMACIÓN
	1=Poco importante	2=Bastante importante	
3=Muy importante			
FACTORES NO CONTROLABLES POR LA EMPRESA ECONÓMICOS			
ECONÓMICOS			
Evolución del nivel de renta o nivel económico	2		Informes anuales del Banco de España www.bde.es y la Caixa www.lacaixa.es . Memoria anual de CES-CV www.ces.gva.es . Prensa económica especializada.
Coyuntura económica de la Comunidad Valenciana	2		Informes anuales del Banco de España www.bde.es , la Caixa www.lacaixa.es . Estructura económica de la Comunidad Valenciana VCI Valencian Community Investments www.invest-vci.com . Memoria anual de CES-CV www.ces.gva.es . Prensa económica especializada.
POLÍTICO-LEGALES			
Subvenciones y ayudas	3		Consellería de Economía, Industria y Comercio. IMPIVA
COMPETIDORES			
Número de ludotecas	3		Directorios comerciales. Registros administrativos de la Comunidad Valenciana
Facturación de las empresas competidoras	3		Registro Mercantil, ARDÁN, entrevistas a clientes
Actividades y servicios de las empresas competidoras	3		Cliente oculto
Precios	3		Entrevistas a clientes
CLIENTES			
Perfil de clientes (particulares, centros educativos, instituciones públicas...)	3		Cliente oculto
Gasto medio clientes	3		Entrevistas a clientes
Actividades y servicios demandados	3		Entrevistas a clientes
FACTORES CONTROLABLES POR LA EMPRESA			
Carta de servicios	2		Entrevistas a clientes
Precios	3		Entrevistas a clientes
Imagen de la empresa	2		Entrevistas a clientes

8.6. Páginas útiles en Internet.

En la Guía de Recursos, que pertenece a esta misma colección, y está disponible en formato web (www.guiasceei.com), aparece una relación de páginas web que se vinculan de forma directa con tu futura actividad. A continuación se citan una serie de páginas web temáticas de interés:

- www.cyberpadres.com/tiempo_libre
- www.kimera.com/ksandras/ludotecas.htm
- www.guiadeljuguete.com
- www.infanciaenred.org.ar/elgloborojo/index.asp
- www.aquimama.com
- www.cocolilo.com
- www.educateca.com/
- www.elparque.net/index.htm
- www.internen.es
- www.psicopedagogia.com/
- www.infantil.profes.net/
- www.antena3juegos.com
- www.bme.es/peques
- www.chicomania.com
- www.chicos.net
- www.edu365.com
- www.educalia.org
- www.kokone.com.mx
- www.lastresmellizas.com
- www.megatrix.com
- www.oya-es.net//ff.htm
- www.pequenet.com

- www.pipoclub.com
- www.disney.es
- www.menudos.org
- www.educamigos.com
- www.elhuevodechocolate.com
- www.pequelandia.es/

9. NOTA DE AUTORES.

Las referencias nominales suministradas en esta Guía, tales como centros de estudio, asociaciones, instituciones, ferias, páginas web, etcétera que el lector puede encontrar a lo largo de la lectura de este documento no pretenden ser una enumeración exhaustiva sino una muestra orientativa de las entidades detectadas durante la elaboración de este estudio. Es posible que existan otras referencias, similares a las citadas, que no fueron incluidas por no constituir tales relaciones el objetivo principal de la presente Guía.

Todos los datos relacionados con estadísticas, legislación, cursos, ayudas y cualquier otra información susceptible de ser actualizada, fueron obtenidos durante la realización de la presente Guía.

Alicante, Noviembre de 2011